

**Uma Editora Só Para Si:  
Feminismo e edição independente no Brasil contemporâneo**

**Luciana Aragão Soares**

**Dissertação de Mestrado em  
Edição de Texto**

**Junho, 2020**

**Uma Editora Só Para Si:  
Feminismo e edição independente no Brasil contemporâneo**

**Luciana Aragão Soares**

**Dissertação de Mestrado em  
Edição de Texto**

**Junho, 2020**

Declaro que esta Dissertação é o resultado da minha investigação pessoal e independente.  
O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas  
no texto, nas notas e na bibliografia.

A candidata,



---

Lisboa, 24 de junho de 2020

Declaro que esta Dissertação se encontra em condições de ser apreciado pelo júri a  
designar.

O orientador,



---

Lisboa, 24 de junho de 2020

Às mulheres que escrevem e às que ainda hão de escrever muito mais.

## Agradecimentos

Agradeço aos meus pais, pela vida e pelo apoio incansável. À minha mãe por me ensinar a força ancestral de uma mulher. Ao meu pai, por estimular desde sempre meu amor pelos livros e pela veia rebelde. À Deborah, minha irmã, psicóloga, curandeira, professora, amiga, revisora. Ao Miguel, amor e amigo paciente, pelo apoio desde o início. A todas as mulheres que me auxiliaram no desenvolvimento deste trabalho, especialmente Anna K. Lima, da editora *Aliás* e Natasha Silva, do *Mulheres que Escrevem*. Ao meu orientador, Professor Rui Zink, pela disponibilidade e valioso auxílio na dissertação, bem como pelos ainda mais valiosos ensinamentos durante o mestrado.

## RESUMO

A presente dissertação nasce da percepção acerca do surgimento de editoras independentes feitas por mulheres para publicar exclusivamente mulheres, nos últimos anos, no Brasil. A pesquisa empreendida visa compreender as relações entre edição independente e a chamada quarta onda feminista no Brasil contemporâneo, investigando como e por qual motivo se dá o diálogo entre estes dois movimentos. Para a definição de bases teóricas, são examinados os conceitos de independente e de feminismo, cruzando-os com o conceito de edição. A análise de dois casos, a editora *Aliás* e o projeto *Mulheres que Escrevem*, complementa a pesquisa, apontando perspectivas práticas e atuais da edição feminista no Brasil.

**PALAVRAS-CHAVE:** Edição, Edição independente, Editoras independentes, Feminismo, Quarta onda feminista.

## ABSTRACT

This dissertation arises from the perception that in recent years, there has been an emergence of independent small publishers made by women to publish exclusively women, in Brazil. The aim is to understand the relationship between small independent publishing and the so-called fourth-wave feminism in contemporary Brazil, investigating how and for what reasons the dialogue between these two movements takes place. To define theoretical bases, the concepts of independent publishing and feminism are examined, as well as their relations to concept of editing. Two cases studies, on the small publisher *Aliás* and on *Mulheres que Escrevem* project, complement the research and point out practical and current perspectives of the feminist publishing and editing in Brazil.

**KEYWORDS:** Publishing and editing, Independent publishing and editing, Small press, Feminism, Fourth-wave feminism.

# Sumário

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Uma historinha, seguida de Introdução .....</b>                 | <b>8</b>  |
| <b>Capítulo 1: Edição Independente .....</b>                       | <b>13</b> |
| 1.1 <i>Dissidência e publicações: uma relação necessária .....</i> | 13        |
| 1.2 <i>Alternativo/independente: dificuldades conceituais.....</i> | 16        |
| 1.3 <i>Caminhos para o independente .....</i>                      | 20        |
| a) <i>Mídia DIY.....</i>   | 20        |
| b) <i>Mídia autônoma e radical .....</i>                           | 22        |
| 1.4 <i>Edição independente, afinal.....</i>                        | 23        |
| <b>Capítulo 2: Feminismo .....</b>                                 | <b>27</b> |
| 2.1 <i>Definição e origens.....</i>                                | 27        |
| 2.2 <i>Educação, escrita e feminismo.....</i>                      | 29        |
| 2.3 <i>Quarta onda feminista.....</i>                              | 32        |
| 2.4 <i>Feminismo e edição independente no Brasil, hoje .....</i>   | 35        |
| 2.5 <i>Laços que fortalecem: o papel das redes de apoio .....</i>  | 41        |
| a) <i>Respeita! .....</i>  | 43        |
| b) <i>Leia Mulheres.....</i>                                       | 44        |
| c) <i>Coletiva Mamoeira.....</i>                                   | 44        |
| d) <i>Mulherio das Letras .....</i>                                | 45        |
| e) <i>Saraus e slams.....</i>                                      | 46        |
| f) <i>Outras ações .....</i>                                       | 47        |
| <b>Capítulo 3: Estudos de caso .....</b>                           | <b>48</b> |
| 3.1 <i>Aliás Editora .....</i>                                     | 48        |
| 3.2 <i>Mulheres que Escrevem .....</i>                             | 52        |
| 3.3 <i>Comparação dos estudos de caso .....</i>                    | 57        |
| <b>Capítulo 4: Para concluir, mas olhando adiante .....</b>        | <b>59</b> |
| <b>Bibliografia .....</b>  | <b>65</b> |

## Uma historinha, seguida de Introdução

Mestrado em Edição de Texto, 2019. Busco um livro para analisar, para o trabalho final de uma disciplina. É preciso ser obra publicada no máximo em 1900, diz o professor. Quero uma autora mulher, penso eu. Arrumava briga em casa já aos sete anos, por ter de levar o prato do irmão mais velho, após o almoço. Por que eu lavo e ele vai brincar? Por que? Sou feminista.

Quero uma mulher, já sei. É do trabalho de uma mulher que quero falar. E ao buscar o tal livro, me deparo com o fato: quão poucas mulheres eram publicadas até 1900! Não surpreende, mas choca e entristece, ainda assim. Escolho um manuscrito de Christine de Pizan, a filósofa, humanista e dita primeira mulher a ganhar a vida como escritora, no século XV.

Agora é 1405. Vejo Christine escrever poemas, tratados militares, morais, filosóficos, políticos. O livro que analiso é *Cité des Dames*, uma espécie de defesa das mulheres. Foi escrito como resposta a *Roman de la Rose*, uma obra popular na época, cheia de passagens a rebaixar as mulheres e associá-las aos pecados, vícios e perversões. Foi assim que a brava Christine protagonizou o primeiro debate literário francês.

Pode parecer 1400 ainda, mas é já 2019 quando apresento o trabalho e escuto o professor dizer que não posso afirmar que *Roman de la Rose* é misógino. “Isso é um conceito moderno, não se aplica”. Mas, e se sou moça moderna e seu estou a analisar com meus olhos de século XXI, como poderia conceituar diferente, professor? Como o senhor definiria? “Pensamento masculino”, diz ele. “É como as coisas eram. Não era misoginia”. Um colega, homem, defende veementemente. Mete Aristóteles na querela (mostrar-se grande leitor abrilhanta qualquer argumentação, é sabido), dizendo que o filósofo não poderia hoje ser chamado de escravagista, por exemplo, só porque defendia a escravidão. “É como as coisas eram”. É como as coisas são, penso, silenciosa e cansada, eu.

Sobe um cheiro de bolor (ou é impressão minha?) e sinto uma estranha conexão 1405-2019. Como eu, Christine revira os olhos de impaciência no túmulo, tenho certeza.

\* \* \*



O que mudou de Christine para cá? Há duas respostas possíveis: “muito” e “não o suficiente”. É na segunda que assenta este trabalho. O cânone literário – no Brasil, em Portugal, em toda parte – ainda é masculino. Ainda há preconceito e mal disfarçada misoginia no mundo editorial. Seiscentos anos depois de Christine, ainda é comum nos depararmos com expressões como “literatura de mulheres” ou “escrita feminina”, como se metade da população mundial representasse um nicho que fizesse necessária a adjetivação: “feminina”. Então as questões propostas por mulheres em seus textos não são tão humanas e universais quanto as de homens? Impossível não lembrar do conceito de “Outro”, de que fala Simone de Beauvoir em *O segundo sexo*: “A mulher determina-se e diferencia-se em relação ao homem, e não este em relação a ela; a fêmea é o inessencial perante o essencial. O homem é o Sujeito, o Absoluto; ela é o Outro” (Beauvoir, 2016, p.12).

Felizmente, há recusas em aceitar este papel. O feminismo tem estado sob os holofotes. A quarta onda feminista (ver capítulo 2) toma de assalto os meios de comunicação, as discussões políticas, os movimentos sociais, os questionamentos políticos, as produções culturais. Por todos os lados, nas redes sociais – palco por excelência desta chamada quarta onda – e fora delas, cada vez mais mulheres apoiam mulheres, divulgam trabalhos artísticos, literários e negócios diversos umas das outras, a palavra “sororidade” volta à moda.

Embora nada disso seja exatamente novo – o feminismo, o poder político dos grupos, os movimentos autogeridos, etc. – há um frescor na maneira como estas coisas estão a acontecer (tanto no conteúdo quanto na forma) e em como estão a ser recebidas pela sociedade.

Um forte indício disso é o fato de algumas pautas feministas, especialmente aquelas alinhadas com o feminismo liberal<sup>1</sup>, estarem a ser apropriadas pelo mercado, este deus faminto que tudo engole. Afinal, para saber se algo está em voga, basta ver se já virou produto. Marcas e empresas de todos os tipos começam a usar o discurso do

---

<sup>1</sup> Vertente do feminismo pautada nas ideias político-econômicas do liberalismo e, atualmente, do neoliberalismo. Baseia-se, assim, em valores individualistas, focando no plano individual e não no coletivo. Sem questionar as estruturas políticas e econômicas que deram origem à estrutura patriarcal, o feminismo liberal atua principalmente numa agenda reformista das estruturas atuais e no “direito de escolha” da mulher. Esta vertente desconsidera em suas análises o fato de que as mulheres não partem todas do mesmo ponto na estrutural social e econômica, desconsiderando as desigualdades nestes âmbitos. As primeiras discussões feministas, como será abordado no tópico 2.1 deste trabalho, tiveram forte influência do liberalismo.

“empoderamento”. Sim, empoderamento para todas! Desde que os lucros continuem, óbvio. E dá-lhe “*We should all be feminists*” estampado em camisetas Dior a US\$ 700,00; dá-lhe discurso feminista para vender produto de limpeza doméstica<sup>2</sup> e maquiagem; dá-lhe a comunista Frida Kahlo a virar símbolo feminista e produto, estampada em qualquer coisa que possa ser estampada. O mercado ama as mulheres.

E o mercado editorial? Também ama as mulheres? Talvez não tanto. Uma coisa é uma empresa ou organização dizer-se feminista para vender o que sempre se vendeu às mulheres: trabalho doméstico, necessidade de estar na moda, beleza compulsória, hiperssexualização. Outra coisa é vender o que possa dar-lhes voz e *libertação* (em vez do tão questionável “empoderamento”): espaço como escritoras.

É por isso que há uma diferença, quando se trata de livros. Também no mercado editorial o feminismo está a dar as caras. Seja em Portugal, seja no Brasil, o número de editoras tradicionais que começam a explorar publicações feministas ou autoras mulheres está em franca ascensão<sup>3</sup>. Mas o que chama atenção não é tanto o crescimento do interesse das grandes editoras por temas feministas, autoras feministas famosas e autoras mulheres também muitas vezes já famosas. Afinal, como diz Francisco José Viegas, da editora Quetzal, “o trabalho dos editores é o de lutar pelos públicos, o de fabricá-los, inventá-los”<sup>4</sup>. Ou seja, se cresce na sociedade o debate sobre feminismo, faz parte do negócio começar a publicar sobre o tema. Negócio é negócio e assim sempre será.

O que chama atenção, de fato, não são as iniciativas orientadas ao negócio propriamente dito e sim ao conteúdo e ao fortalecimento do movimento de mulheres. É o caso das práticas editoriais feministas independentes. Nelas, somos principalmente nós, mulheres, a tomar as rédeas. Entre escritoras e leitoras, em editoras, sites ou perfis *online* dedicados a resenhas ou divulgação de livros, há o forte desenvolvimento de uma rede de apoio entre mulheres. Sem falar nos clubes de leitura, saraus, *poetry slams*, coletivos, rodas de conversa, livrarias e uma série de outras ações que fortalecem a escrita e a divulgação das obras de mulheres. Nesse âmbito, destaca-se ainda a questão de que o foco

---

<sup>2</sup> Campanha publicitária de 2015 da marca brasileira Bombril, com Ivete Sangalo, Monica Iozzi e Dani Calabresa.

<sup>3</sup> Em <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/04/1873710-do-comercial-ao-cabeca-editoras-do-pais-exploram-onda-feminista.shtml>> para o caso brasileiro e <<https://www.publico.pt/2018/03/08/culturaipsilon/noticia/os-feminismos-na-literatura-sao-uma-tendencia-1805807>> para Portugal.

<sup>4</sup> Em matéria do jornal *Público*: <<https://www.publico.pt/2018/03/08/culturaipsilon/noticia/os-feminismos-na-literatura-sao-uma-tendencia-1805807>> para Portugal.

é dado principalmente em autoras novas, que publicam pela primeira vez ou que estão fora dos eixos geográficos tradicionais de publicação (no caso do Brasil). Na edição, a agitação feminista sabe menos a *status quo* travestido de novidade e mais a insurgência. Foi a observação desse fenômeno recente que inspirou o desenvolvimento da presente dissertação.

Estamos em movimento e é importante notar que nosso nadar é contra a corrente. Pelo lugar social da mulher – ainda “o Outro” – muitas das ações citadas acima acabam por assumir um caráter rebelde. Umas seguem as vias tradicionais do mercado, mas outras tantas buscam também caminhos alternativos. Há, nesse contexto, uma clara aproximação do feminismo com as ações de edição independente e é isso que se pretende analisar, aqui. O objetivo deste trabalho é compreender como se dá o diálogo entre estes dois movimentos, nos dias atuais no Brasil, buscando entender que exemplos nos mostram o que há de novo e dão pistas do que ainda há de vir.

Para responder a tais questões, este trabalho estrutura-se em quatro capítulos. No primeiro, são discutidas questões pertinentes ao “independente”. É explorada, inicialmente, a ligação entre aquilo que chamo de dissidência e o ato de publicar; a seguir, é feita uma incursão teórica na definição de mídia alternativa, numa tentativa de delinear parâmetros em um tema tão amplo e confuso; por fim, debruço-me sobre o conceito de edição, ligando-o ao que foi previamente descrito sobre “alternativo” e “independente” e definindo qual a edição independente que interessa a este trabalho.

O segundo capítulo é dedicado ao segundo pilar do trabalho: o feminismo. É feita uma conceituação básica, com foco especial na chamada quarta onda feminista. Neste âmbito, destaco a importância histórica da escrita e das escritoras no desenvolvimento do feminismo, bem como o papel novas mídias e da internet no desenvolvimento desta quarta onda. Depois, também aqui faço a ligação entre o feminismo e a edição independente, explorando através de exemplos de que forma se dá atualmente a ligação projetos editoriais independentes e o feminismo, no Brasil. Ressalto ainda a importância das redes de suporte que, como parte daquilo que configura a quarta onda feminista, dão apoio a estas práticas editoriais, relacionando-as ao conceito de “*communication networks*” mencionado por Downing (2001).

O terceiro capítulo é dedicado à análise de dois casos contemporâneos de prática editorial independente e feminista, ambos situados no Brasil: editora *Aliás*, como exemplo de edição tradicional, focada no livro físico e a comunidade online *Mulheres*

*que Escrevem*, como exemplo de como as práticas editoriais podem apropriar-se de novos meios e formas de ser. Por fim, comparo as duas experiências, analisando semelhanças e diferenças. Para finalizar, o quarto capítulo traz as conclusões gerais do trabalho.

Para fechar esta introdução, relembro uma conversa com uma amiga brasileira. Em pleno processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, em 2016, ela participava de um grupo de *Whatsapp* no qual mulheres trocavam dicas de cuidados e defesa pessoal, suscitadas por uma onda de estupros em carros de Uber. Falavam sobre andar com spray de pimenta na bolsa, como esconder armas brancas, sobre compartilhar a viagem de Uber, por segurança, entre outras. “É complicado. Enquanto meu marido está num grupo com os amigos a discutir os possíveis caminhos políticos do país, nós ainda estamos a discutir o básico: sobrevivência e integridade física”.

O mesmo se dá um pouco aqui. Enquanto o mercado editorial segue dominado por homens, seguimos uns passos atrás; eis o porquê deste trabalho. Afinal, como dizer que estamos em pé de igualdade, se uma estudante de Edição de Texto do século XXI ainda tem que debater com o professor sobre se aquilo que umas das raríssimas mulheres a publicar na Idade Média estava a criticar era ou não misoginia? Como, se escritoras e editoras mulheres ainda estão a tentar entender seu estar no mundo, sua produção e os caminhos possíveis para sermos mais editadas, mais lidas, mais consideradas?

Seguimos atrás, mas firmes. Entre os caminhos de existência e resistência de mulheres no mercado editorial, as ações de edição independente de mulheres são um dos caminhos mais animadores.

# Capítulo 1: Edição Independente

## 1.1 Dissidência e publicações: uma relação necessária

Não é preciso ser socióloga ou grande especialista no assunto para imaginar que, onde quer que tenha havido gente ao longo do tempo, houve sempre quem estivesse “de fora”. Seja por motivos políticos, religiosos, filosóficos ou culturais, os marginalizados – pelos outros ou por si mesmos – estiveram sempre lá.

Goffman (2007) dá-nos uma visão acerca disso. Para falar de contracultura, o autor faz ligações curiosas, e mostra-nos o que há em comum em figuras e movimentos tão díspares como o mítico Prometeu, Sócrates e seus discípulos, o Taoísmo, o Zen, os Sufis, os Trovadores, os Iluministas, Thoreau, a vanguarda artística do início do século XX, os beatniks, os punks, a tropicália brasileira, os hackers. O que todos eles têm em comum?

Primariamente, a contracultura tem três características: garante a primazia do indivíduo em detrimento das convenções sociais e governamentais; desafia o autoritarismo tanto nas suas formas óbvias quanto nas suas formas sutis; abraça a mudança individual e social. (Idem, posição 812). É isso que une os movimentos e personagens acima.

Estas mesmas características estão, pelo menos em parte, naquilo que faz surgir uma publicação independente ou alternativa. Há nelas também um descontentamento com o *mainstream*. Não é à toa, portanto, que tantos movimentos contraculturais do século XX tenham se apoiado em publicações – sejam livros ou periódicos – de cunho alternativo ou independente. É curioso notar, como menciona Downing (2001, posição 666), que “*communication and media, both within their ranks and without, play a huge role in [social] movements trajectories*”.

Sobre a ligação entre contracultura e publicações de cunho mais à margem, podemos citar:

- O Ulisses de James Joyce, publicado pela vanguardista editora a Shakespeare & Co;
- A ligação do modernismo com as revistas literárias;

- A conexão da contracultura americana dos anos 60 nos Estados Unidos com os jornais alternativos;
- A ligação do *punk* nos anos 70 ou do movimento *Riot Grrrl* nos anos 80/90 com os zines;
- A banda desenhada e seu apreço pelos públicos jovens;
- Os *fan magazines* (de onde, aliás, nasceram os atuais zines) e sua importância para o nicho dos amantes de ficção científica;
- A literatura de cordel e seu papel de literatura e cultura popular no interior do Nordeste brasileiro;
- O jornal *O Pasquim* (1969 a 1991) como veículo de oposição ao regime militar brasileiro.

Há, em suma, uma grande quantidade de exemplos que podem nos indicar a aproximação de públicos tidos como “menores” ou “menos importantes” com meios de publicação impressos alternativos ou independentes.

É disso que fala Baughman (2015, posição 307), bastante em consonância com o trecho de Downing citado acima. O autor menciona uma “*necessary relation*” entre comunidades que se ligam espontaneamente e a cultura impressa, mais especificamente, uma cultura impressa “de protesto”. Esta é, ele aponta, uma cultura que compartilha certos atributos: “*distinctive, radical and sometimes unruly ideas; publishers with limited resources; and a niche outside the mainstream*” (Idem). Embora Baughman esteja a falar de publicações e movimentos sociais norte-americanos, os exemplos acima indicam que tal pensamento pode ser estendido a qualquer movimento social ou artístico que seja, de alguma forma, contra o *mainstream*.

A partir do barateamento dos métodos de impressão – em especial o linotipo, em fins de século XIX – a publicação de livros ganha fôlego, dando impulso ao surgimento do mercado editorial como o conhecemos, com grandes editoras. Formatadas como empresas, as editoras tendem quase sempre a levar em consideração questões mercadológicas e de lucratividade, em detrimento daquelas ligadas mais à qualidade ou inovação artística e intelectual. É aqui que surge esta espécie de contracultura da edição: as editoras alternativas e independentes, como as conhecemos hoje. Nascidas em fins do século XIX e início do século XX, tais empreendimentos dedicam-se a seguir caminhos diversos daqueles das editoras tradicionais e diferenciam-se destas em três aspectos: volume de publicação, financiamento e ideologias. (Parker, 2012).

As editoras independentes tendem a produzir tiragens bem menores; a serem financiadas, em grande parte, por aportes menores de capital, advindos muitas vezes dos rendimentos dos proprietários; e tendem a seguir uma ideologia de publicação mais ligada à qualidade artística e inovação. Embora as editoras independentes não desprezem o lucro, estão muito mais orientadas para autores e publicações de vanguarda, experimentais ou, simplesmente, de autores e textos que provavelmente não teriam espaço nas grandes editoras.(Idem). Por suas características, as editoras independentes são muitas vezes de propriedade de escritores ou entusiastas da literatura e livros.

Este é o caso daquilo que examino neste trabalho: as práticas editoriais independentes de cunho feminista. Suas criadoras são muitas vezes, mulheres elas mesmas escritoras ou ligadas ao mundo literário que, por não encontrarem vazão ou apoio ao seu trabalho no mercado editorial tradicional, decidem criar seus próprios caminhos. Em Portugal, um caso interessante e emblemático é o da brasileira Cecília Silveira, criadora da Sapata Press, baseada em Lisboa. Assim define-se a editora, em seu site:

Sapata Press é um projeto editorial com perspectiva transfeminista interseccional, sem fins lucrativos, com foco em banda desenhada/quadrinhos de autorxs de expressão portuguesa. Seu objetivo é lançar plataformas de produção [...] que abram portas a mulheres, aproxime autorxs periféricos/marginais e pessoas não-binárias. [...] Tenta inverter a sub-representação de mulheres e dissidentes de género nos espaços de produção de banda desenhada/quadrinhos, e a secundarização destxs na história. <sup>5</sup>

Cecília criou a Sapata Press em 2016 para se autopublicar, pois não encontrava editoras que o fizessem.<sup>6</sup> A partir daí, viu a oportunidade de publicar projetos semelhantes aos seus, que, de uma perspectiva feminista quebrem com padrões de publicação tradicionais, tanto em termos de quem publica (quer dar foco a mulheres e pessoas *trans*) quanto em termos do que se publica (foco em banda desenhada e zines).

Assim como a Sapata Press, inúmeros projetos editoriais de orientação feminista nascem exatamente da mesma forma: a partir das próprias mãos, e como fruto da falta de espaço no grande mercado editorial. Se não há quem as edite e publique, as mulheres estão começando a fazê-lo por si mesmas. A editora *Aliás* e o *Mulheres que Escrevem*, os

---

<sup>5</sup> Em: < <https://sapatapress.tumblr.com/manifesta>>

<sup>6</sup> Em: < <https://www.publico.pt/2017/09/27/p3/noticia/fanzines-de-mulheres-e-pessoas-naobinarias-e-a-sapata-press-1828634>>

dos projetos que analisarei no capítulo 3, partem exatamente da mesma premissa que orientou Cecília Silveira.

Se perdem em termos de quantidade de financiamento e lucro, as editoras independentes, por outro lado, ganham em liberdade criativa e artística. Como afirmou em entrevista para este trabalho a escritora Inês Pedrosa, ela mesma dona de uma editora independente: “A independência é uma força que, do ponto de vista empresarial, tem um ponto fraco: o da escassez de recursos financeiros. Avançamos devagar e cautelosamente, por isso mesmo. Preferimos publicar pouco e bem e fazer disso a nossa força.”<sup>7</sup>.

## **1.2 Alternativo/independente: dificuldades conceituais**

Chego aqui a um ponto onde faz-se necessário abordar mais a fundo o conceito de alternativo ou independente, para além do que foi mencionado acima. A multiplicidade de tipos, formas e conteúdos dos projetos independentes requer meios que nos permitam categorizá-los melhor.

Em um estágio embrionário deste trabalho, conversei, entre outras pessoas, com a escritora portuguesa Inês Pedrosa. Com sua editora Sibila Publicações, “que nasce com o propósito central de publicar obras de todos os géneros de autores do sexo feminino e textos ensaísticos de autores de ambos os sexos”<sup>8</sup>, Inês pareceu uma fonte interessante a entrevistar. Afinal, a editora tem um claro viés pró-escritoras mulheres: seu nome homenageia Augustina Bessa-Luís e seu clássico *A Sibila* (1954), que faz menção às personagens femininas da mitologia greco-romana dotadas de poderes proféticos. Além disso, a Sibila Publicações também rejeita a “segregação implícita na expressão «escrita feminina», usada como contraponto da ‘escrita’ sem adjectivação” e enfatiza que “a palavra das mulheres escritoras se reporta, tal como a dos homens escritores, à bela e terrível aventura da condição humana”<sup>9</sup>, proposição com a qual eu não poderia concordar mais.

O que não estava claro, ou pelo menos em minha ingênua ignorância assim pareceu, era o posicionamento da Sibila Publicações como editora independente. Assim, durante a conversa, comentei: “sei que a Sibila não se encaixa exatamente como uma

---

<sup>7</sup> Entrevista cedida por e-mail, dia 28/05/2019.

<sup>8</sup> Em: < <http://www.sibila.pt/quemsomos.html> >

<sup>9</sup> Idem



editora independente, mas acho que uma pequena entrevista contigo seria muita enriquecedora para o trabalho”. O comentário gerou uma intensa insatisfação por parte de Inês, que respondeu: “A Sibila foi criada por mim e pelo designer Gilson Lopes, e funciona exclusivamente com os nossos rendimentos, sem qualquer espécie de apoio ou dependência. Mais independente do que isto, não sei o que será.”. A partir daí a conversa correu um tanto mal. Inês ofendeu-se por eu não ter considerado sua editora “exatamente independente”.

Para além da lição sobre ter mais tato/menos ingenuidade ao conversar com pessoas e da possível anedota que me tornei para o professor Rui Zink, esta situação rendeu-me o questionamento: o que é, de fato, uma editora independente?

A procura por uma definição mais acadêmica pareceu necessária, uma vez que o conceito de independente pode estar relacionado não só aos modos de financiamento, como ressaltou Inês Pedrosa, mas também aos de direcionamento editorial, produção, distribuição e consumo de uma publicação. Um livro tem potencialmente muitas dimensões: produto mercadológico, objeto cultural, obra de arte, veículo de entretenimento, meio de registro, documentação. Em última análise, um livro possui um papel social. É preciso entrar minimamente em outros meandros além daquele financeiro para entender o que queremos dizer quando falamos em independente ou alternativo.

Apesar de seus múltiplos papéis e dos elementos a partir e através dos quais o livro se conforma, Robert Darnton (2010) afirma que é no seu estudo como meio de comunicação que encontramos sua inteireza. Darnton pontua que é preciso entender o livro como um “circuito de comunicação que vai do autor ao editor, ao impressor, ao distribuidor, ao livreiro e ao leitor” (Idem, posição 2446). Em tal ciclo acontece a transmissão de mensagens, que são transformadas ao longo do caminho, enquanto passam do pensamento à escrita, ao impresso e, por fim, de volta ao pensamento.

Assim, “uma visão holística do livro como meio de comunicação se faz necessária se a história do livro quiser evitar a fragmentação em especializações esotéricas isoladas umas das outras por técnicas herméticas e incompreensões mútuas” (Idem, posição 2459). É desta maneira, como meio de comunicação que se expressa enquanto circuito, que o livro pode ser compreendido em si e em relação a todos os outros sistemas dos quais se alimenta e pelos quais é alimentado: econômico, político, cultural, social, histórico, entre outros.

O viés do livro como meio de comunicação – ou mídia – permite a conceituação acadêmica de alternativo/independente, necessária a este trabalho. Fuchs (2010, p.173), um dos mais importantes estudiosos da chamada mídia alternativa, que tomarei doravante como sinônimo de “independente”, é categórico em afirmar que este é um campo de estudo negligenciado nas ciências sociais. Mesmo aqueles que se debruçam sobre comunicação e comunicação de massa não dispensam ao assunto a devida atenção:

Alternative media is both an under-researched topic and an underrepresented topic in the social sciences. Most introductory books do not feature sections on alternative media nor do they mention alternative media at all [...] Dennis McQuail (2005) discusses alternative media on less than two pages. There are 44 papers that contain the term ‘alternative media’ in the title in Social Sciences Citation Index (accessed 13 March 2010). One gets an impression of how under-researched this field is, if one compares it to a title search for ‘public relations’, which yields 1656 results.

Para além da subestimação enquanto campo de estudo, outra questão torna complexo o tema “alternativo/independente”. A *definição* do conceito é o primeiro problema que um estudioso encontra, fato demonstrado pela própria multiplicidade de termos utilizados para denominar o fenômeno: (independente, alternativa, radical, contracultural, autônoma, tática, ativista, cidadã, etc.).

Como termo guarda-chuva, “alternativo” ou “independente” causa bastante confusão, como visto no episódio com Inês Pedrosa. É independente porque não é produzido em grande escala? Porque é autofinanciado? Porque tem uma distribuição limitada? Porque é produzido de forma amadora? Ou porque expressa conteúdo político? Para ficar no campo do impresso, podem ser entendidos como alternativos: um material impresso ou eletrônico; um zine individual, um jornal comunitário, uma banda desenhada, um panfleto ligado ao movimento trabalhista, um livro de poesia, uma revista política, uma revista cultural. Uma mídia alternativa pode, portanto, variar em termos de conteúdo, formato, distribuição, periodicidade, linguagem. Pertinente é, ainda, a pergunta acerca de qual posicionamento político e sociocultural é utilizado. Será que ele não importa? Terão todos os posicionamentos o mesmo objetivo?

Atton (2002, p.13) elabora a questão da dificuldade conceitual, tomando como exemplo os critérios elencados pela *Alternatives in Print*, uma das principais organizações norte-americanas dedicadas a estudar e catalogar publicações independentes. A organização apresenta três critérios para definir o que seria uma

publicação alternativa, *bastando pelo menos uma delas* para assim caracterizar uma publicação:

1. O editor deve ter um posicionamento não-comercial, demonstrando que uma preocupação com ideias, e não com lucro, é a motivação para publicação.
2. As publicações devem abordar temas que se concentrem em responsabilidade social ou expressão criativa, ou geralmente uma combinação de ambos.
3. O editor definir sua publicação como alternativa.

Apesar de serem critérios aparentemente simples, são problemáticos, se analisados a fundo. Ser “não-comercial” e voltado para as ideias é suficiente, independente da ideia que está sendo expressa? Até que ponto é possível ou desejável ser não-comercial? “Responsabilidade social” é um conceito absoluto, que independe dos valores políticos e culturais dos indivíduos e organizações? Uma publicação que promova valores antidemocráticos e conservadores poderia se encaixar como “alternativa”? E quanto à auto definição, será que se dizer “alternativo” não poderia ser usado apenas como um posicionamento de *marketing*? Atton (Idem) cita, por exemplo, jornais americanos que após a popularização dos zines nos anos 80 nos EUA, tentaram atrair jovens leitores em grande parte descontentes com os valores da grande mídia através do lançamento dos seus próprios “*zines ersatz*”.

Para Couldry and Curran (2003, posição 189), uma mídia alternativa pode ser definida como uma “media production which challenges, at least implicitly, actual concentrations of media power, whatever form those concentrations may take in different locations”. Os autores indicam “alternativo” como um conceito flexível e comparativo, que não necessariamente envolve julgamentos acerca dos efeitos empoderadores que tais mídias desencadeiam em si e em seus públicos. Mowbray (2015), no entanto, ressalta que é quase impossível fugir de questões como poder e implicações políticas quando se estuda o conteúdo e organização de uma mídia alternativa, uma vez que tais assuntos são intrínsecos à razão de ser desse tipo de mídia, assim como daquilo que as faz objeto de estudo acadêmico.

A respeito das definições, é importante frisar a problemática de conceituações meramente binárias (*mainstream*/alternativo, hegemônico/contra-hegemônico, autofinanciado/ financiado por terceiros, etc.), uma vez que não permitem visões de fato analíticas. Uma visão polarizada nos encoraja a ver apenas dois lados, completamente separados, excluindo as nuances e intercâmbios entre uma e outra. As mídias digitais, a

título de exemplo, com sua recente e cada vez mais esmagadora importância tanto na comunicação de massa quanto na comunicação alternativa, demonstram como os limites entre os dois polos podem ser tênues e intercambiáveis. (Dowmunt, p.4). Esta oposição simplista tem sido exatamente um dos motivos pelos quais este tipo de mídia tem sido pouco explorado: “*almost by their nature, they often go unmeasured, uncounted, and poorly know in official circles or outside their localities. Generally (...) their power is misperceived because they are not stereotypical mainstream media*” (Downing2001, posição 27).

### 1.3 Caminhos para o independente

É útil o fiapo de ideia que Downing fornece: “*almost by their nature*”. Qual é, afinal, a natureza intrínseca da mídia alternativa? Sandra Jeppesen (2016) oferece um interessante e muito útil panorama comparativo das principais correntes teóricas que discutem a mídia alternativa, ajudando a responder esta pergunta. A autora distingue quatro tipos essenciais de mídia alternativa: mídia *do-it-yourself*, mídia cidadã, mídia crítica e mídia radical ou autônoma.

Destes tipos, dois são essenciais para dar corpo à ideia de independente que utilizo neste trabalho. São elas a mídia *do-it-yourself* e a mídia radical ou autônoma. Através delas, veremos que o independente/alternativo se revela muito mais em naturezas intrínsecas, no plural, do que em uma essência monolítica.

#### a) Mídia DIY

A mídia DIY (*do-it-yourself*) é uma categoria que surge, segundo Jeppesen, a partir dos estudos culturais da Escola de Birmingham, tendo como texto-chave o livro *Subculture: the Meaning of Style*, de Dick Hebdige, publicado em 1979. Como o nome sugere<sup>10</sup>, este é um tipo de mídia alternativa com fortes ligações com o movimento punk. Em seu texto seminal, Hebdige defende que a “ruptura no consenso” que surgiu no pós-guerra, com o enfraquecimento da família, das instituições e com a crise econômica, deu origem aos importantes movimentos e grupos subculturais do século XX. Tais grupos são oriundos principalmente da Inglaterra e dos Estados Unidos, sendo os *punks* o principal

---

<sup>10</sup> Do-it-yourself, ou faça você mesmo, é um dos mais importantes pilares da cultura *punk* dos anos 70.

deles, contestando a hegemonia cultural através da música, moda, cultura *underground* e estilo.

O *punk*, em sua essência, agregava a força contracultural de grupos sociais que ficaram de fora da grande riqueza e desenvolvimento prometidos após a Segunda Guerra; foi a grande expressão de uma classe trabalhadora desiludida e de uma juventude de classe média que rejeitava os valores consumistas do capitalismo. Interessante ressaltar que o próprio *punk* engendrou em si outros grupos de subidentidades, como o *Riot Grrrl* (com foco feminista), o *Afropunk* (a representar negros) o *Homo-core (queer)*, que confrontavam os padrões brancos, masculinos e heterossexuais do próprio *punk*, numa contestação dentro da contestação.

Estes movimentos desenvolveram suas próprias mídias alternativas, sendo o zine o exemplo mais emblemático. Como vemos no interessante e profundo trabalho de Duncombe (2014), os zines têm como um de seus pilares a máxima “o pessoal é político”<sup>11</sup>, demonstrando com clareza sua ligação com noções de identidade, política e autenticidade, que “*are arrived at in discussion with, or rather in argument against, mainstream society and culture*” (2014, p.46).

É a partir deste cenário que surge o que Jeppesen chama de Mídia DIY: uma forma de mídia alternativa que enfatiza o empoderamento por meio dos conceitos de identidade, pertença subcultural e cidadania cultural, contestando a mercantilização da juventude e enfatizando a produção cultural independente longe das corporações *mainstream* (porém não necessariamente anticapitalista). Essa produção é, em geral, feita em pequena ou mesmo “nano” escala, por indivíduos ou coletivos que se preocupam com questões de identidade, propriedade da produção cultural, autoempoderamento e resistência à cooptação pelo *mainstream*.

No que tange a este tipo de mídia, vale ainda ressaltar a estreita ligação entre mídias DIY e o feminismo, uma vez que o movimento *Riot Grrrl* foi essencial para o desenvolvimento da cultura dos zines.

---

<sup>11</sup> Expressão cunhada por Carol Hanish em 1969, a partir de um artigo homônimo. Hanish é ativista por direitos civis e foi importante ativista feminista no Women’s Liberation Movement americano. A expressão tornou-se uma das máximas do feminismo de segunda onda e da Nova Esquerda americana, dos anos 1960 e 1970. Está ligada à ideia de esvanecimento dos limites entre público e privado nos debates políticos e do enaltecimento da experiência individual como ponto de partida para a discussão e transformação política.

## **b) Mídia autônoma e radical**

A segunda categoria de mídia elencada por Jeppesen que interessa neste trabalho é a de mídia autônoma e radical. Seu principal teórico é John Downing, com a obra *Radical Media*, publicada originalmente em 1984. As fundações teóricas desta categoria estão ligadas às tradições anarquistas e antiautoritárias, além de terem uma forte ligação com movimentos sociais, como o feminismo.

Na mídia autônoma e radical, o foco está em contestar todo e qualquer tipo de opressão. Diferentemente da mídia crítica, que coloca o capitalismo como a grande opressão sobre a qual todas as outras se sustentam, a mídia autônoma enxerga as múltiplas formas de opressão, que podem acontecer de forma isolada ou sobrepondo-se e interligando-se umas com as outras. Gênero, raça, etnia, idade, classe, nacionalidade, ocupação; para a mídia radical, não há uma fonte de opressão maior que prevaleça sobre outra, devendo todas serem contestadas e combatidas. Aqui, é importante notar que esta visão acerca da multiplicidade das formas de opressão, segundo destaca Jeppesen, é uma clara e forte influência do feminismo anarquista e interseccional.

Por esse caráter múltiplo da contestação, a mídia autônoma e radical enfatiza a importância do conteúdo e da estrutura organizacional, de forma que os fins e os meios sejam eticamente coerentes entre si e com o combate à opressão. Assim, pelo conceito de mídia autônoma e radical, só é possível uma mídia exercer um papel alternativo caso ela se configure de forma aberta, experimental, transparente, horizontal e não-hierárquica, tanto em seu conteúdo quanto na organização. Há uma ligação necessária entre conteúdo e forma, fim e meio.

Ao mesmo tempo em que a mídia autônoma e radical aproxima-se da mídia DIY (pelo modo mais livre de operar e por considerar importante o combate a qualquer opressão), está ligada também a bases teóricas anárquicas. Jeppesen ressalta:

anarchists 'rejected what they saw as the overly schematic representations of change and relation in Marxist theory, which seemed all too clearly related to an authoritarian will to schematize and represent in practice' (80). For anarchists, media and cultural production need to be more open-ended, ethical, horizontal and experimental: 'Insisting on the ethical coordination of means and ends, rather than a centralized, hierarchical revolutionary movement and a dictatorship of the proletariat, they proposed decentralized, horizontal federations of self-managing units as the most appropriate organizational form'.

Um ponto crucial na análise da mídia autônoma e radical é a sua ligação com os movimentos sociais. Downing (2001, posição 615) afirma que “*movement upsurges appear both to generate and to be stimulated by radical media*” e que em períodos de pouca atividade nos movimentos sociais, as mídias alternativas tendem a reduzir sua atuação.

Nesse contexto, cabe mencionar a importância dos movimentos sociais na política contemporânea. Segundo Downing (2001), há atualmente um enfraquecimento das instituições políticas tradicionais, como os partidos. Nesse contexto, o dinamismo político nasce muitas vezes dos movimentos sociais, de forma que “*the political life energy and the burning issues of a nation are more often to be found in and around social movements than in the official institutions of democracy*” (Idem, p.25). Sendo a mídia radical tão ligada aos movimentos sociais, dá-se então, por consequência, sua intensa ligação com as questões políticas.

Para finalizar a caracterização da mídia autônoma e radical, cabe mencionar que sua atuação pode acontecer em processos de pequena a larga escala, profissionais ou não. O essencial é seu conteúdo antiautoritário e antiopressão, bem como a estrutura horizontal, na qual se destacam a ajuda mútua e o compartilhamento de conhecimentos.

Abaixo, uma tabela que resume, comparativamente, os dois tipos de mídia:

| <b>Critério</b>                          | <b>Mídia DIY</b>   | <b>Mídia Autônoma / Radical</b>   |
|--|--|---|
| <b>Ideologia</b>                         | Esquerda liberal (individualismo)  | Anarquista (social-anarquismo, antiautoritarismo)   |
| <b>Valor central</b>                     | Autoempoderamento individual   | Autonomia coletiva  |
| <b>Quem reclama o poder</b>              | O indivíduo  | Grupos coletivamente organizados  |
| <b>Conteúdo (objetivos, políticas)</b>   | Autorrepresentação dos indivíduos; identidade subcultural; O pessoal é político      | Autorepresentação dos movimentos sociais; políticas anti-opressão   |
| <b>Processo (organização, estrutura)</b> | Coletivos individuais ou pequenos, com organização solta; DIY; Amador, "nano"escala. | Horizontal; pré-figurativo; Partilha de habilidades e conhecimentos; Quase-profissional; de pequena a larga escala. |
| <b>Interação com movimentos sociais</b>  | Engajada em cidadania cultural   | Relação e esporte a uma gama de movimentos sociais interrelacionados e antiautoritários; Mídia em ação              |

#### 1.4 Edição independente, afinal

Para além de fornecer um melhor enquadramento teórico sobre o conceito de independente, a breve digressão teórica acima é importante por um segundo motivo. Ela deixa à mão uma cartela de possibilidades para entender as práticas editoriais existentes,

já que o livro (entendido em seu sentido amplo, de objeto editorial) é tomado aqui como meio de comunicação e, por isso mesmo, como elemento essencial no entendimento, reprodução e produção de outros campos sociais, como cultura e política, com os quais o feminismo se relaciona.

O livro carrega um sentido que ultrapassa o da materialidade, passando necessariamente por um processo mais complexo, como indica Medeiros (2010, p. 32): “irredutível a uma definição estrita, o peso simbólico que ainda hoje carrega faz do livro um instrumento de ordenação representacional do mundo”. É essa ordenação representacional do mundo que permite analisar as possibilidades políticas e culturais do editor enquanto partícipe do “livro como construção” (Idem).

A figura do editor aparece entre os séculos XVIII e XIX, num contexto de crescimento exponencial dos leitores e da demanda por livros, na Europa que se organizava e passava pela Revolução Industrial. A necessidade de especialização dos “livreiros” engendrou o editor moderno, naquilo que Mollier (2009, p. 526) descreve como o

nascimento de um homem duplo, à cavalo entre dois mundos, o da mercadoria e o do espírito. Mais que simplesmente um negociante hábil, empreendedor e esperto [...] era intelectualmente capaz de se colocar à frente dos homens de letras, de com eles compartilhar opiniões e de se parecer como seus iguais.

Se antes o fluxo do livro se dava do produtor para o consumidor, com o editor houve uma transição para a lógica da lei de oferta, antecipando e criando as necessidades dos leitores e, então, ligando o público ao autor. Colocado entre a mercadoria e o espírito, entre a cultura e o negócio, o editor é, desde seu surgimento, um mediador.

Editar, como menciona Mollier, “significa escolher, ajudar o autor a aprimorar seu texto para o transformar em livro, ou ainda somar alguma coisa ao manuscrito para o tornar, assim, um fermento, uma criação artística, científica, histórica, ou outra coisa”.<sup>12</sup> Esta definição, ainda que básica, deixa claros dois pilares essenciais do ato de editar: a seleção e a preparação. Muito mais do que um trabalho mecânico de organização, estes

---

<sup>12</sup> Jean-Yves Mollier, em entrevista. Em < <https://bibliomania-diversidades.blogspot.com/2014/04/entrevista-com-jean-yves-mollier.html> >



pilares conferem ao editor um papel imbuído de grande poder simbólico, o de uma espécie de árbitro ou guardião (Medeiros, 2009a).

Uma vez que o livro, enquanto meio de comunicação e como objeto simbólico, não existe fora do espaço e do tempo, é necessário então frisar que os atos de *selecionar* e *preparar* estão intimamente ligados a questões temporais e espaciais, ou, em última análise, *culturais*. Aquilo que o editor-guardião escolhe deixar passar ou não pelos portões da publicação tem a ver não só por questões mercadológicas, mas também e necessariamente com filtros socioculturais do editor enquanto indivíduo e enquanto ator de um processo maior (o circuito de comunicação de que fala Darnton).

É neste sentido que Medeiros (2009a, p. 134), ressalta que “a edição ocupa forçosamente um papel na definição activa dos padrões culturais e dos eixos de apreciação”, atuando o editor não apenas como árbitro, mas também como “criador e configurador activo da cultura escrita”.

Desta forma, se o editor transita entre dois mundos – o do livro enquanto produto e o do livro enquanto objeto de cultura – são os parâmetros pertinentes a cada um destes mundo que vão ajudar a classificar um projeto editorial como independente. É precisamente no passeio que o editor faz entre um lado e outro, usando seus filtros socioculturais para selecionar e preparar o material textual, que acontece o modo de ser de um projeto editorial.

A palavra “passeio” aqui não foi escolhida à toa. Passeio remete à escolha, à liberdade de ir e vir, à liberdade de ser, inventar, criar. Assim, a edição independente que interessa a este trabalho não é simplesmente aquela em que o editor pende mais para o lado da cultura do que para o do negócio. Mais do que o preto ou o branco, interessam a este trabalho os tons de cinza do *selecionar e preparar*, entendidos como um processo no qual o editor engendra não só a cultura escrita, como menciona Medeiros, mas também a si mesmo como partícipe do processo cultural.

A edição independente na perspectiva deste trabalho é aquela em que indivíduos comumente ignorados pelo mercado tradicional – mulheres que escrevem, que têm algo a dizer, mas não encontram estímulo, apoio ou espaço no mercado – tomam para si esse papel de mediação, trabalhando a partir de um recorte sociocultural que privilegie *outras* possibilidades a *outros* atores e *outros* públicos. Se o editor é “sujeito de apreciação e de classificação do real” que “urde a trama tipográfica de autorização de significado”

(Medeiros, 2009a, p. 132), o projeto editorial independente que enquadro aqui é aquele que opta por autorizar e construir significados em consonância com estes *outros*, uma vez que também ele se encontra nesta alteridade.

Seja pelo viés da mídia *do-it-yourself* ou pelo viés da mídia autônoma e radical, as práticas de edição independente que interessam aqui são, para finalizar, aquelas que entendem o ato de editar como *meio*, sim, mas ao mesmo tempo como *fim*, uma vez que são, em si mesmas, um ato cultural criativo e significativo.

## Capítulo 2: Feminismo

### 2.1 Definição e origens

Foi por volta de 1880 que o mundo lidou pela primeira vez, com o termo “feminismo”. Cunhado na França a partir das palavras *femme* (mulher) e *isme*, sufixo que fazia referência aos movimentos sociais ou ideologias políticas. À época, outros polêmicos e turbulentos “ismos” também surgiam, tal como socialismo e comunismo, o que deixa entrever que o feminismo pertence desde seu surgimento, às vanguardas que clamam por mudanças sociais (Freedman, 2007, posição 282).

O feminismo é recente e também complexo. As transformações históricas pelas quais passou ao longo dos últimos dois séculos, com mudanças em seu significado social, são prova disso. Hoje, podemos definir feminismo como “*a belief that women and men are inherently of equal worth. Because most societies privilege men as a group, social movements are necessary to achieve equality between women and men, with the understanding that gender always intersects with other social hierarchies*” (Freedman, 2007, posição 343).

Esta é uma definição guarda-chuva, bastante simplificada. Na prática, o feminismo é hoje entendido como *feminismos*, uma vez que são múltiplas as abordagens metodológicas e epistemológicas do movimento. Como consequência, atualmente é comum falar em inúmeras vertentes feministas, que enxergam de formas diferentes a origem da opressão da mulher, bem como o que precisa ser feito para mudar esta realidade. Dentre as vertentes, podemos citar o feminismo radical, o feminismo marxista, o feminismo liberal e o feminismo pós-moderno. Embora possam muitas vezes ter pautas em comum, em especial aquelas mais imediatas, como o combate à violência doméstica, tais vertentes são, em muitos pontos, incompatíveis entre si.<sup>13</sup>

A opressão patriarcal é um fato antiquíssimo e amplamente espalhado pelo mundo, em termos geográficos – Rosaldo (1974, p.17) fala em uma “*universal sexual asymmetry*”, com inúmeros exemplos disso podendo ser encontrado na história das religiões, mitos, culturas, etc. Mulheres têm sido privadas de direito e voz desde sempre. Mary Beard (2018) em seu ensaio *Women and Power* faz-nos ver como o silenciamento

---

<sup>13</sup> Com base em “Sobre feminismos e vertentes”, de Sabrina Fernandes. Em <https://www.youtube.com/watch?v=08A7PD-frxo&vl=pt>

literal e metafórico das mulheres, que traduz sua ausência de poder, molda o Ocidente há pelo menos 3.000 anos. O jovem Telêmaco dando ordens e mandando calar a boca a experiente e sábia Penélope, sua mãe, logo no início da Odisseia de Homero é “ *a nice demonstration that right where written evidence for Western culture starts, women’s voices are not being heard in the public sphere*” (Idem, p.4)

Foi apenas há cerca de 200 anos que a opressão patriarcal viu nascer um movimento organizado para combatê-lo. Durante maior parte da história humana, ressalta Freedman (2007), prevaleceu a aceitação de explicações naturais (biológicas) ou sobrenaturais (teológicas) para a dominância masculina, de forma que os questionamentos acerca de sistemas de opressão baseadas em gênero não eram comuns, ou pelo menos não eram aceitos e organizados tal como hoje.

As raízes do que chamamos feminismo brotam com o Iluminismo, que via no pensamento racional e na educação uma condição necessária para a cidadania e a independência. Não que os mais louvados iluministas fossem minimamente a favor da educação de mulheres. Rousseau, por exemplo,

characterized women as highly irrational but also highly manipulative. In his book Emile (1762) he wrote that theirs was “the empire of softness, of address, of complacency; her commands are caresses; her menaces are tears.” For Rousseau, women’s place was “to oblige us, to do us service, to gain our love and esteem, these are the duties of the sex at all times, and what they ought to learn from their infancy. Woman is framed particularly for the delight and pleasure of man. (Idem, posição 943)

Assim, embora para tais homens que defendiam a razão e a liberdade a educação fosse um luxo desnecessário às mulheres, o período deu origem ao debate acerca da importância da educação na formação cidadã. Também importantes foram as revoluções Francesa e Americana, que legitimaram e popularizaram o conceito de igualdade, inspirando questionamentos amplos acerca da desigualdade nas relações de poder, que posteriormente culminaram nas ideias abolicionistas e feministas (Freedman, 2017, posição 986).

No entanto, o pontapé definitivo para o feminismo veio após os 1800, com duas transformações cruciais. A primeira é a ascensão do capitalismo, que trouxe mudanças extremas nas dinâmicas produtivas familiares. Quando a produção econômica, que se concentrava no âmbito doméstico e comunitário, transitou para a fábrica, o homem passou

a ter um trabalho pago fora de casa, enquanto a mulher permaneceu em casa, com um trabalho não-pago. Conforme Silvia Federici (2017, p.26), o desenvolvimento capitalista introduziu mudanças na posição social das mulheres, notadamente:

i) o desenvolvimento de uma nova divisão sexual do trabalho; ii) a construção de uma nova ordem patriarcal, baseada na exclusão das mulheres do trabalho assalariado e em sua subordinação aos homens; iii) a mecanização do corpo proletário e sua transformação, no caso das mulheres, em uma máquina de produção de novos trabalhadores.

A segunda transformação, que veio a reboque do capitalismo, foi o fortalecimento de teorias de direitos individuais, que ao mesmo tempo definiu um processo de desigualdade aguda e ofereceu os meios para o questionamento dessas desigualdades. O capitalismo e o fortalecimento do individualismo trouxeram desvantagens para as mulheres, porém, paradoxalmente, forneceram as ferramentas críticas para que estas passassem a questionar as desigualdades de gênero (Freedman, 2017). Por fim, com o desenvolvimento do pensamento socialista, estavam dadas as condições para que a demanda por oportunidades econômicas, políticas e educacionais igualitárias agitasse como nunca antes a sociedade, incluindo as mulheres. Nascia, neste contexto, o feminismo.

## **2.2 Educação, escrita e feminismo**

A ruptura de antigos ordens sociais e econômicas, através da luta das pessoas comuns por direitos políticos, legitimou também a luta das mulheres e foi essencial para o surgimento do feminismo. Dentro desse processo, é crucial mencionar o papel da educação e da escrita de mulheres no desenvolvimento do feminismo.

Apesar do pensamento de Rousseau e outros tantos iluministas de que mulheres não eram dignas de literacia e educação, os chamados por racionalidade, igualdade, liberdade e fraternidade abriram uma porta impossível de ser fechada. A educação, junto com outros tantos direitos, começou a ser reivindicada por mulheres. As escritoras estavam entre as principais vozes que clamavam por isso, até mesmo por seus lugares privilegiados como mulheres que liam e escreviam.

Em 1791 a dramaturga, escritora e ativista Olympe de Gouges, conclamou as mulheres a lutarem por direitos e educação, em seu *Declaração dos Direitos da Mulher*

*e da Cidadã*. O texto, uma resposta à *Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão*, produto da Revolução Francesa, foi um dos motivos da morte de De Gouges. A escritora acabou na guilhotina da revolução, numa prova de que, assim como educação, liberdade e igualdade também eram coisa para homem.

Tal qual sua contemporânea francesa, a escritora inglesa Mary Wollstonecraft era uma crítica ferrenha de Rousseau e intensa defensora dos direitos e da educação para mulheres. Uma de suas principais obras, *Uma Reinvidicação pelo Direito da Mulher* (1792), defende exatamente que, se as mulheres parecem inferiores ao homem, é devido à falta de educação e escolaridade, não por natureza. Por interessante acaso (ou não), Wollstonecraft é mãe de Mary Shelley, também ela escritora, mundialmente conhecida por seu *Frankenstein*.

Também no Brasil foram as poucas mulheres letradas e ligadas à literatura que lideraram os movimentos em prol da educação de outras mulheres (Duarte, 2019). Dentre elas, destaca-se Nísia Floresta, escritora e educadora, que em 1832 publica aquele que é tido como o texto inaugural do feminismo brasileiro, *Direitos das mulheres e injustiças dos homens*. Inspirada em Wollstonecraft e De Gouges, Nísia também defendia que somente o direito à educação e ao trabalho poderia libertar da situação de inferioridade.

Ainda que mais ligados ao campo jornalístico do que ao literário, outros trabalhos escritos por mulheres destacam-se na disseminação do pensamento feminista e da mulher como escritora. É o caso de periódicos como *O Jornal das Senhoras* (1852), *O Sexo Feminino* (1873), *Echo das Damas* (1875) e a revista *A Mensageira* (1897), que frequentemente exortavam as mulheres a lutarem pelo direito a educação e expressão: “Formem grupos e associações, fundem jornais e revistas, levem de vencida os tirocínios acadêmicos [...]”.<sup>14</sup>

É a partir deste elo que a palavra escrita faz entre mulheres, na luta por direitos, que Constância Lima Duarte (2019, posição 327) pinça a fala de Zahidé Muzart, acerca do nascimento do feminismo no Brasil:

(...) no século XIX, as mulheres que escreveram, que desejaram viver da pena, que desejaram ter uma profissão de escritoras, eram feministas, pois só o desejo de sair do fechamento doméstico já indicava uma cabeça pensante e um desejo de

---

<sup>14</sup> Josefina Álvares de Azevedo (1851-1905) em *A Família*, ano I, número especial. Citado em Duarte, 2019.

subversão. E eram ligadas à literatura. Então, na origem, a literatura feminina no Brasil esteve ligada sempre a um feminismo incipiente.

Freedman (2017, posição 5274), a falar de um cenário global, defende a mesma ideia da importante ligação entre literatura e feminismo, uma vez que a mulher que escrevia teve de superar acusações de que era pecadora, ofensiva ou mesmo louca por ousar sair da esfera doméstica ao qual deveria supostamente estar limitada. Por isso, “*every feminist movement has created a literature that voices women’s protest and hopes*” (Idem). A escrita foi e é, historicamente, tanto um meio quanto um fim para muitas mulheres feministas.

Por fim, é interessante notar que se é verdade que as mulheres escritoras estiveram na dianteira do movimento feminista (ele próprio um movimento de vanguarda, em termos sociais), também o é o fato de as mulheres terem ligação com alguns dos primeiros movimentos de edição independente. Já nos primórdios deste tipo de edição, em fins do século XIX e início do século XX, algumas das principais iniciativas de edição independente foram orquestradas por mulheres.

É o caso da Shakespeare & Co, de Sylvia Beach. Esta editora e livraria fundada em 1919 foi um dos lugares por excelência da vanguarda, na Paris do início de século. Além de ser frequentada por nomes como Hemingway, Pound e Eliot, foi um lugar de abertura para vozes femininas, como Gertrude Stein, Djuna Barnes e Janet Flanner. Um dos grandes feitos da editora foi ter publicado o *Ulysses*, de James Joyce, quando nenhuma outra editora ousara editar um projeto como este.

Outra iniciativa digna de nota é a Hogarth Press, fundada em 1917 por Virginia Woolf e seu esposo. Hogarth começou como um *hobby*, no intuito de fugir às pressões que seus fundadores sofriam enquanto escritores. A iniciativa era mantida pelo casal Woolf com seus próprios meios financeiros, e publicava autores do seu círculo social e criativo. Foi assim que a Hogarth apostou em autores com ideias e textos inovadores, que provavelmente não seriam escolhidos por grandes editoras, orientadas ao lucro. Pela Hogarth foram editadas obras de T.S. Eliot, H.G. Wells, Gertrude Stein, Sigmund Freud e outros.

### 2.3 Quarta onda feminista

Além das diferentes vertentes e práticas, o feminismo também costuma ser conceitualmente dividido em “ondas”. As ondas feministas dizem respeito a determinados momentos históricos nos quais o acúmulo de reivindicações e conquistas, numa confluência de pautas e vozes, confere força ao movimento.

Embora possamos falar em protofeministas – mulheres que ao longo da história lutaram ou tiveram discursos a favor das mulheres muito séculos antes do conceito de feminismo, como Christine Pizan, citada logo no início este trabalho – são reconhecidas, pelo menos, três ondas feministas.

A primeira, historicamente situada no final do século XIX e início do século XX, relaciona-se com a luta pela aquisição de direitos políticos, pela igualdade social. As feministas deste período são representadas, principalmente, pelas sufragistas. A segunda onda, entre o início dos anos 50 e os anos 90 do século XX, caracteriza-se pela construção de uma teoria-base que identifica a origem da opressão da mulher com sua capacidade reprodutiva. É aqui que nasce o hoje chamado feminismo radical (do sentido de *raiz*). Há o início da diferenciação teórica entre sexo e gênero, o fortalecimento dos movimentos organizados e a ideia de que “o pessoal é político”. A terceira onda, por sua vez, traz o conceito de interseccionalidade<sup>15</sup> e uma contestação de sentidos e símbolos fixos do que é *ser mulher*. Traz, ainda, a ideia da “liberdade de escolha”. Ocorre, aqui, uma certa individualização do feminismo, que vai dar origem à teoria *queer* e, como efeito colateral, à apropriação de discursos feministas pelo capitalismo.

Tão recente que ainda está a ser conceituada nos meios acadêmicos, a chamada quarta onda feminista é um fenômeno complexo e por vezes polêmico, até mesmo entre as próprias feministas. Por sua intensa atualidade, as novidades do feminismo pegam de surpresa até mesmo as feministas mais experientes, como Heloisa Buarque de Hollanda (2018, posição 56):

Eu acreditava que a minha geração tinha sido, talvez, a última empenhada na luta das mulheres. Até que um vozerio, marchas, protestos, campanhas na rede e meninas

---

<sup>15</sup> Segundo Bilge (2009, p.70), em tradução livre: “Interseccionalidade refere-se a uma teoria transdisciplinar destinada a compreender a complexidade de identidades e desigualdades sociais através de uma abordagem integrada. Ele refuta a separação e hierarquização dos principais eixos de diferenciação social que são as categorias de sexo/gênero, classe, raça, etnia, idade, deficiência e orientação sexual. A abordagem interseccional vai além do simples reconhecimento da multiplicidade de sistemas de opressão operando a partir dessas categorias e postula sua interação na produção e reprodução de desigualdades sociais”.



na rua se aglomeraram, gritando diante da ameaça de retrocesso. [...] Levei um susto. Um susto alegre. [...] A novidade era tão repentina quanto forte. Pelo menos, ninguém menor de dezoito anos precisava disfarçar seu feminismo, como era tônica no meu tempo.

A quarta onda feminista está ligada a uma multiplicidade de pautas e questionamentos, e principalmente, ao uso maciço das redes sociais como ferramenta de organização, mobilização e propagação de pautas feministas. Para Bogado (2018), ela ao mesmo tempo alimenta e reflete o modo de ser dos ativismos contemporâneos, marcados por uma busca por horizontalidade, pela recusa de lideranças formais e a priorização total do coletivo, além de uma linguagem política que utiliza o corpo como principal plataforma de expressão. De fato, a quarta onda feminista está inserida em uma nova geração política e segundo De Hollanda (2018, posição 69) é caracterizada por atuar

com estratégias próprias, criando formas de organização [...] autônomas, desprezando a mediação representativa, horizontal, sem lideranças e protagonismos, baseadas em narrativas de si, de experiências pessoais que ecoam coletivas, valorizando mais a ética do que a ideologia, mais a insurgência do que a revolução.

Na quarta onda feminista, embora haja uma fragmentação teórica (fruto, inclusive, do frescor dos acontecimentos), há uma clara coesão nas táticas militantes, possibilitada pela internet e pelas redes sociais. Graças a estas ferramentas, o feminismo hoje produz reações e alianças em proporções nunca antes vistas, que se originam na internet, mas não se reduzem a ela. O movimento conduz da rede à rua, levando questionamentos a se transformarem em práticas e mudanças sociais (ou, pelo menos, em pressões reais nesse sentido). O intenso movimento de mulheres no campo da literatura e da edição, no Brasil, é um exemplo claro disso.

No que tange às redes sociais enquanto mídia, é impossível falar em “independência”, pelo menos com relação às redes sociais mais famosas. Todas elas são propriedade de empresas bilionárias e poderosíssimas, com seus próprios e muitas vezes escusos interesses econômicos e políticos. Democracia não necessariamente é a tônica, aqui.

Apesar disso, as redes são hoje um dos recursos mais utilizados pelos ativismos, incluindo o feminismo. Isso se deve ao fato de serem meios que, por sua natureza, privilegiam a autonomia e a ação direta entre os pares. Esta ação direta permite aos indivíduos e aos grupos agirem segundo seus próprios valores e interesses, sem precisar

passar pela validação das instituições formais. Assim, os movimentos sociais em rede comungam da cultura da autonomia, matriz cultural básica das redes contemporâneas (Costa, 2018, posição 771).

Todas estas questões estão por trás do desenvolvimento da quarta onda feminista, na qual as experiências individuais, compartilhadas em rede, passam a afetar o outro, criando, assim, movimentos sociais e culturais muito maiores e potentes. Nesse sentido, a *hashtag* tem sido uma das grandes ferramentas de propagação de ideias feministas.

Assim como no cenário global, também no Brasil é possível citar casos emblemáticos disso. Em 2015, uma menina de 12 anos, participante na edição brasileira do *Master Chef*, suscitou comentários pedófilos e machistas na internet. O episódio fez surgir a #PrimeiroAssédio, em que as mulheres compartilharam suas primeiras experiências com assédio sexual. O movimento gerou uma grande comoção dentro e fora da internet, alargando o debate social e legal acerca do tema. Também as campanhas #MeuAmigoSecreto, #NãoMereçoSerEstuprada, #MexeuComUmaMexeuComTodas, #NãoéNão e tantas outras, nascidas de situações de machismo fora da internet, tiveram impacto no sentido de aumentar a visibilidade para temas feministas.

Interessante notar aqui a intensa conexão e fluxo entre *online* e *off-line*: um fato acontece fora da internet, mas repercute e ganha espaço dentro dela, para depois voltar novamente ao mundo *off-line*, alimentando debates, movimentos e ações também fora da internet. Na quarta onda feminista, portanto, a internet é um meio indispensável para o florescimento do debate, ainda que este corra o risco de limitar-se ao “ativismo de sofá”.

Esse cenário positivo para a expressão feminista não exclui a existência de contra-ataques, virtuais ou não, nos quais pregadores de ódio, em sua maioria anônimos, reforçam a estrutura patriarcal com comentários, publicações e ações misóginas e conservadoras. Além do tom machista, o contra-ataque tem, muitas vezes, o intuito de desvirtuar o debate e modificar seu rumo. A internet, apesar dos benefícios que tem trazido ao feminismo, não é, afinal, um paraíso democrático.

Nada disso, porém, reduz seu potencial, como comenta Costa (2018, posição 771), “o sonho de uma web descentralizada e democratizante pode não ter se esgotado, porém exige atenção redobrada. Mas vale insistir: se algum movimento se beneficiou da lógica descentralizada das redes, sem dúvidas esse movimento foi a insurreição feminista”.

## 2.4 Feminismo e edição independente no Brasil, hoje

Natasha Felix, poeta de 24 anos, começou a publicar em revistas online de poesia e zines, um deles feito por ela mesma. Estreou em livro em 2018 pela Macondo, uma editora independente focada em poesia, com seu *Use o Alicate Agora*. Faz uso principalmente da internet, redes sociais e, recentemente, de espetáculos de poesia falada para divulgar seu trabalho. Seu livro ganhou uma considerável visibilidade entre os leitores de poesia contemporânea no país. Sem nenhuma grande editora ou fortes contatos no mercado, Natasha figurou, em janeiro de 2020, na famosa lista *Under 30*<sup>16</sup> da revista Forbes brasileira, como destaque na literatura.

O que a trajetória de Natasha Felix nos diz a respeito das mulheres que escrevem e da edição no Brasil? Em primeiro lugar, fala-nos bastante a respeito das transformações no mercado editorial brasileiro. Enquanto as grandes cadeias de livrarias e as grandes editoras passam por uma crise nunca antes vista, há um crescimento em número e fortalecimento das pequenas editoras.<sup>17</sup>

De acordo com Medeiros (2009a, p.136), a propensão das pequenas editoras para trabalhar com públicos de nicho as torna particularmente permeáveis à edição de propostas que as grandes editoras recusam, já que estas últimas operam com valores de escala mais alargados e menos segmentados, logo menos controláveis e mais voláteis. As pequenas,

sobretudo as que trabalham com tiragens reduzidas, concorrem fortemente para a inovação de estilos e propostas editoriais, publicando a margem, a franja, a subversão, e sobrevivendo apoiadas num conhecimento especializado dos seus públicos e suportadas por redes sociais de fidelização de leitores por via da disseminação informativa e da promoção simbólica de um estatuto de marca que associam à sua reputação. (Idem)

Em caso de crise como a que se passa no Brasil, portanto, são as editoras independentes que têm flexibilidade e leveza para moverem-se e adaptarem-se, criando mais facilmente estratégias de sobrevivência. Daí que seja a pequena e especializada Macondo a poder ostentar em seu catálogo uma escritora jovem, com uma poesia (gênero

---

<sup>16</sup> *Under 30* é uma lista publicada anualmente pela revista de economia e negócios americana *Forbes* e por algumas das suas edições regionais da. A lista contempla 30 personalidades com menos de 30 anos que se destacam em seus campos de atuação.

<sup>17</sup> Em <<https://gente.ig.com.br/cultura/2018-06-22/editoras-independentes.html>>

considerado “difícil” entre as editoras) vibrante e inovadora, e que divulga seu trabalho em perfeita consonância com os novos tempos, a ponto de ganhar reconhecimento em veículos do *mainstream*.

Em segundo lugar, o caso de Natasha Felix é exemplar da conexão que acontece hoje, no Brasil, entre escrita de mulheres, feminismo e edição independente. Sua história reúne todos os elementos daquilo que faz desta conexão um fenômeno novo e interessante: a figura mesma de Natasha, uma jovem mulher, de inclinações libertárias e feministas; sua poesia, urbana e afiada, que mescla sexo, violência, cotidiano e corpo; suas formas de publicação, através de zines e de uma editora independente, além de revistas online de poesia e páginas dedicada à literatura de mulheres; suas forma de divulgação, utilizando-se das redes sociais, internet e performance de poesia falada.

Este caso é apenas um entre tantos que seguem na mesma direção. O Brasil tem visto surgir, nos últimos anos, diversas iniciativas editoriais que, impulsionadas pelo feminismo, acham no fazer independente o caminho para a publicação de mulheres. É o caso das pequenas editoras criadas por mulheres para publicar mulheres (de forma exclusiva ou quase exclusiva). A lista abaixo traz algumas delas, com respectivas descrições<sup>18</sup>:

- *Macabéa Edições*: fundada em 2017, no Rio de Janeiro. “Propõe-se a publicar obras de mulheres e sobre mulheres, em uma perspectiva ampla: trabalhos de ficção e não ficção, em todos os gêneros textuais, que tragam uma expressão da mulheridade, por meio de protagonismo, vivência ou ponto de vista”.
- *Desdêmona*: fundada em 2018, no Rio Grande do Sul. “Criada com o objetivo de publicar trabalhos de autoras mulheres e de incentivar autoras iniciantes a publicarem seus trabalhos através de projetos. É importante ressaltar que para que haja efetivamente uma sociedade igualitária, espaços de voz terão que ser criados. [...]A Desdêmona entende que a voz feminina precisa ser acolhida e incentivada”.
- *Feminas*: fundada em 2018, em São Paulo. “A Feminas é uma editora voltada para publicações de autoria feminina. Seu objetivo principal é oferecer espaço e visibilidade à produção de escritoras brasileiras, seja na

---

<sup>18</sup> Retiradas do site de cada editora.

poesia, na prosa, no ensaio ou na escrita acadêmica. Cada projeto e sua autora são acolhidos pela casa por um selo especial: anitas (para autoras já publicadas), celinas (para autoras estreantes em carreira solo) e dandaras (para autoras negras)”.

- *Padê Editorial*: fundada em 2015, no Distrito Federal. “A padê é um coletivo editorial que publica de livros artesanais de autoras negras, periféricas, lésbicas, travestis, pessoas trans, bissexuais em tiragem pequena (300 a 500 exemplares)”.
- *Aliás*: fundada em 2017, no Ceará. “Um coletivo editorial formado por mulheres - de diferentes origens e saberes - que surgiu no mundo para produzir livros, livros artesanais, zines e novos suportes para as literaturas. Dez mulheres empenhadas e felizes em buscar audibilidade, vez, cor, ouvidos, abraços ao que - nós mulheres - quisermos ser. Publicações de mulheres. Ações de mulheres inspiradas e dispostas a criar novos suportes para textos e imagens literárias”.
- *Selo Ferina*: fundado em 2018, em São Paulo: “A Ferina é o selo literário da Pólen Livros, criado pela escritora Jarid Arraes e pela editora Lizandra Magon de Almeida. Nossa linha editorial é voltada para literatura escrita por mulheres. Publicamos exclusivamente obras de poesia, contos e romance escritas por mulheres. Ao longo dos anos fomos observando o surgimento de várias editoras e selos, muitas comandadas por mulheres, mas poucas com a representatividade que buscamos, ou seja, com mulheres negras, indígenas, asiáticas, LBTs, etc. A proposta de criar o Ferina é justamente a de viabilizar publicações que estejam nesse contexto”.
- *Quintal*: fundada em 2015, em Belo Horizonte. “Nós acreditamos na escrita de mulheres!”

Além das pequenas editoras independentes, feitas exclusivamente por mulheres e para publicar mulheres, é possível notar outros exemplos do feminismo a ganhar palco também no mercado editorial mais tradicional, no Brasil. O Grupo Record, um dos maiores conglomerados de mídia no país, reativou em 2018 o selo editorial Rosa dos Tempos. Fundado em 1990 por duas mulheres, o Rosa dos Tempos teve um importante papel na publicação de obras feministas no Brasil, até ser esquecido, em 2005. O papel

da quarta onda feminista, com suas novas perspectivas e demandas, no renascimento do selo editorial é perceptível na fala<sup>19</sup> de Rafaella Machado, uma das editoras atualmente à frente da Record:

Havia esta ideia, falsa, de que as mulheres já tinham alcançado a liberdade. A gente pode votar, trabalhar... É como se já estivéssemos colhendo os frutos da luta dos anos 1970 e 80, o que é uma mentira [...]. Faltava um espaço para a feminista moderna, pós-liberação sexual. Esta nova geração do feminismo trouxe outros assuntos para a pauta. E já se fala abertamente deles, o que até o começo dos anos 2000 era mais difícil. Ninguém queria dizer “eu sou feminista”. Eu era feminista e não sabia.

Desde sua reativação, a Rosa dos Tempos já publicou obras importantes (e às vezes inéditas no Brasil) do feminismo, como *O Mito da Beleza* (1991) de Naomi Wolf e *Eu não sou uma mulher?* (1981) e *O feminismo é para todo mundo* (2000), de bell hooks, umas das mais importantes pensadoras do feminismo negro no mundo. Também são exemplos a editora Boitempo, que publicou cinco obras de Angela Davis entre 2016 e 2019 e a editora independente Elefante, que editou nos últimos três anos diversos livros de cunho feminista ainda inéditos no Brasil, como três obras de bell hooks, além de duas obras de Silvia Federici. Desta última, pensadora italiana que é uma das mais importantes para o feminismo nos dias atuais, vieram a público as obras *Calibã e a Bruxa* (de 2004, publicado no Brasil em 2017) e *O Ponto Zero da Revolução* (2019).

Interessante notar que a tradução dos dois livros de Federici foi feita por um coletivo feminista de tradução, o Sycorax que tinha o intuito inicial de publicar a obra em fascículos, na revista independente Geni<sup>20</sup>. O Sycorax se define como<sup>21</sup>:

um sabá de mulheres que conjuram traduções. O nome remete à figura da bruxa Sycorax da peça A Tempestade, de Shakespeare. Se na peça ela é confinada a um segundo plano, aqui situa-se no centro da cena, enquanto encarnação de um mundo de sujeitos femininos que o capitalismo destruiu [...]. Reivindicando esta figura, situamos nosso processo tradutório como uma ferramenta de militância política, o

---

<sup>19</sup> Disponível em <<https://oglobo.globo.com/cultura/livros/grupo-record-reativa-rosa-dos-tempos-seu-selo-feminino-22251894>>

<sup>20</sup> Segundo entrevista disponível em <<https://medium.com/desvario/coletivo-sycorax-e-a-tradu%C3%A7%C3%A3o-como-uma-ferramenta-fundamental-da-pol%C3%ADtica-feminista-130522eef3c1>>

<sup>21</sup> Em <<http://coletivosycorax.org/sobre-nos/>>

que envolve pensar maneiras de circulação das obras que questionem a lógica capitalista de propriedade intelectual. A disponibilização gratuita dos livros que traduzimos é condição fundamental de nossas ações. [...]

A descrição ressalta o caráter colaborativo do fazer literário feminista, bem como sua autonomia e ausência de hierarquia, em total consonância com a quarta onda feminista.

Em todos os exemplos acima, o feminismo, especialmente em sua forma mais recente, tem um papel essencial. Por envolver o desejo de libertação e igualdade de metade da população humana, o feminismo traz em si um forte elemento de revolta. As mulheres têm sido historicamente excluídas e, embora não sejamos minoria numérica, somos minoria em termos de direitos. É um movimento social que questiona profundamente as formas de organização e atuação da sociedade, inclusive nos campos da literatura e da edição.

Anna K. Lima, da editora Aliás, traduz esta ideia da “revolta” como elemento de inspiração para a edição independente:

A Aliás nasceu de uma raiva. Estávamos profundamente cansadas de esperar o aval de editores, produtores, editais ou financiamentos que nunca vinham. Numa noite de 2017, com diversos projetos prontos a serem lançados, tivemos a ideia de criar a Aliás.<sup>22</sup>

A assimetria entre homens e mulheres na literatura brasileira, tanto na autoria quanto no conteúdo das obras, justifica a raiva. Ao analisar o romance contemporâneo no Brasil<sup>23</sup> em algumas das maiores editoras do país – Companhia das Letras, Record e Rocco – quem publica romances é majoritariamente homem (72,7%), branco (93,9%), possui ensino superior (78,8%) e vem dos quatro estados mais ricos do país (70%). Nos romances, os autores parecem estar a falar de si mesmos: o protagonista médio é homem (71,1%), branco (79,8%), de classe média (56,6%) e heterossexual (81%). No total dos personagens, 62,1% são homens, 37,8% são mulheres, sendo que as autoras tendem a

---

<sup>22</sup> Em entrevista cedida para este trabalho.

<sup>23</sup> Os números são da pesquisa conduzida por Regina Dalcastagnè, no Grupo de Estudos em Literatura Brasileira Contemporânea da Universidade de Brasília, que avaliou o romance brasileiro contemporâneo. A pesquisa analisou um total de 692 romances escritos por 383 autores em três períodos distintos: de 1965 a 1979, de 1990 a 2004 e de 2005 a 2014. Os números que apresento aqui são relativos a 1990 e 2004 e estão disponíveis em <https://periodicos.unb.br/index.php/estudos/issue/view/855>. Os resultados dos demais períodos só foram parcialmente divulgados, e podem ser vistos em < <https://revistacult.uol.com.br/home/quem-e-e-sobre-o-que-escreve-o-autor-brasileiro/> >

refletir uma realidade mais igualitária, já que em obras de mulheres 52% das personagens são do sexo feminino, enquanto que nas obras de autores homens, o número corresponde a apenas 32,1%. Das personagens mulheres, 88,9% tem relação familiar com o protagonista (44,8% são esposas e 35% são filhas) e 25,1% delas são donas-de-casa.

Os dados conduzem a uma leitura clara sobre a desigualdade de gênero na literatura: o mundo do romance brasileiro é em sua maior parte uma bolha de homens brancos a falar sobre homens brancos e, quando retratam mulheres, fazem-no sob uma perspectiva patriarcal (mulheres no âmbito doméstico e familiar) e que revela também o racismo de gênero<sup>24</sup> estrutural, já que nos 258 romances analisados, apenas 3 protagonistas eram mulheres negras.

Ainda que seja espaço para a reprodução de desigualdades, a literatura é também lugar e ferramenta para a transformação deste cenário. Conforme Dalcastagnè (2005, p.20),

“a injustiça social possui duas facetas (ainda que estreitamente ligadas), uma econômica e outra cultural. Isto significa que a luta contra a injustiça inclui tanto a reivindicação pela redistribuição da riqueza como pelo reconhecimento das múltiplas expressões culturais dos grupos subalternos. [...] A literatura é um espaço privilegiado para tal manifestação, pela legitimidade social que ela ainda retém”.

Assim, ao atuarem em um fazer editorial feminista, as mulheres estão a trabalhar na segunda faceta mencionada no trecho acima, contribuindo para o desmonte da desigualdade de gênero e no estímulo à expressão cultural das mulheres enquanto grupo historicamente diminuído ou excluído.

Neste ponto, é interessante notar a convergência entre o discurso de Dalcastagnè e o de Medeiros. O privilégio de legitimidade social que tem a literatura, como citado acima, coincide com o a ideia de que “a palavra publicada exerce sobre o mundo edificado pelo homem moderno um efeito que simultaneamente o ordena e é atestador desse ordenamento, manifestando-se como um repositório de verdade” (Medeiros, 2009a, p. 131). Juntando-se a isso o entendimento dos editores como “personagens-filtro” que decidem quem merece estar ou ser excluído da circulação textual (e, consequentemente,

---

<sup>24</sup>“As formas de opressão não funcionam isoladamente: entrecruzam-se. [...] O impacto simultâneo da ‘raça’ e da opressão de gênero desemboca assim em formas de racismo únicas para as experiências de mulheres negras e de cor. [...] Por isso é útil falar-se em *racismo de gênero*, em referência à opressão racial das mulheres negras, alicerçadas em percepções racistas de papéis de gênero” (Kilomba, 2019, p.102).



da circulação cultural) e, ao fazê-lo, “moldam a criação e a dispersão de ideias, do conhecimento científico e da cultura popular” (Idem, p.134), temos então que, as mulheres que decidem ativamente publicar mulheres sob uma perspectiva feminista, estão a atuar não apenas no campo do mero gosto pessoal, mas também no âmbito de um fazer editorial social e culturalmente transformador.

As mulheres que escrevem e editam no Brasil hoje partem então, muitas vezes, do mencionado sentimento de “revolta” – a mesma de Nísia Floresta, Virginia Woolf, de Olympia De Gouges, de Mary Wollstonecraft; tão antiga e tão atual – em direção a um horizonte de transformação. Enquanto o feminismo serve como alicerce teórico, a edição independente, encarnando os elementos contestadores das mídias alternativas conforme conceituadas no capítulo 1, serve de ferramenta para a mudança. Contestadores são as ferramentas e os alicerces, o meio e mensagem; assim é que feminismo e edição independente se aproximam e fortalecem mutuamente.

Em outras palavras, as mulheres estão a unir o “independente” (os veículos alternativos, autônomos, muitas vezes em estilo *do-it-yourself*, mais abertos à inovação e alheios ao *mainstream*) ao feminismo de quarta onda (a multiplicidade de temas, o uso do online, a conexão com coletivos de mulheres, o uso do corpo e da performance como elemento de comunicação) na construção de um novo panorama editorial que as contemple. Percebe-se, assim, a sinergia entre estes dois elementos e as possibilidades que isso traz para as mulheres que escrevem.

## **2.5 Laços que fortalecem: o papel das redes de apoio**

É inquestionável a importância do senso de coletividade no desenvolvimento da edição independente feita por mulheres no Brasil atual. A atuação em grupo, de forma autônoma e descentralizada, é característica marcante desse processo. Como apresentado nos tópicos anteriores, isso se deve ao fato de que tais características estão presentes tanto naquilo que forma o feminismo de quarta onda quanto no fazer editorial independente, encarado enquanto mídia alternativa.

Citando o papel das publicações independentes no movimento feminista americano, Latham (2015, posição 312) afirma:

In effect, they made the feminist community visible to itself. The visibility of women to women, shaping their own discourse around their own priorities in defiance of a

male status quo, helped to advance a feminist agenda that, while mutable, maintained value for women's lives at its core.

Se isso era verdade em 1970, período ao qual se refere o texto, é ainda mais hoje em dia. A multiplicidade de caminhos pelos quais as mulheres podem entrar em contato umas com as outras e organizarem-se dá origem a uma série de ações sociais e culturais com enorme potencial transformador. A capacidade de pôr em contato mulheres é elevada à sua potência, na quarta onda feminista.

Tal fato dá origem e conecta-se àquilo que Downing (2001, posição 799) chama de “redes de comunicação”: teias de comunicação interpessoal que não operam através de uma mídia (no caso em análise, as editoras independentes de cunho feminista), apesar de alimentarem e serem alimentadas pela mídia em questão.

Refiro-me, aqui, ao que chamo de rede de apoio, uma importante movimentação que surge em torno das ações de edição independente feministas. São iniciativas, muitas vezes individuais, que não cabem dentro do conceito de edição, mas que orbitam em torno da edição independente feita por mulheres, alimentando-a e sendo por ela alimentada.

Importante frisar que não se trata, apenas, de um mero apoio informal, que possa ser encarado como acessório menor no processo. São, antes, ações que se encaixam perfeitamente ao senso de coletividade que caracteriza e funda o feminismo atual, bem como a edição independente. Conforme frisa Downing (Idem):

Sadly, the typical rupture in communication research between media and interpersonal communication is particularly damaging to an attempt to understand the linkages between radical alternative media and social networks. Yet, these networks are essential both to such media and to social and political movements.

Dessa forma, as inúmeras iniciativas independentes de edição de autoras mulheres no Brasil chamam atenção não só pela quantidade, qualidade e inovação, mas também por acontecerem como parte de uma malha de ações interconectadas.

Esta movimentação pode ser ligada ao importante conceito de “contraesfera pública”, de Nancy Fraser. Repensando o conceito de esfera pública de Habermas a partir de uma perspectiva feminista, Fraser (1990, p. 67) enxerga o conceito habermasiano como normativo, essencialmente masculino e burguês; propõe, então, nomear os públicos socialmente subalternos – mulheres, pessoas de cor, gays, lésbicas, classe trabalhadora, etc. – de “contrapúblicos subalternos”. Sinaliza, assim, que eles não podem ser ignorados,

mas que possuem suas próprias arenas discursivas paralelas nas quais criam e fazem circular contradiscursos, que os permitem formular posicionamentos contestadores sobre suas próprias identidades, interesses e necessidades.

Nesse sentido, podemos ver as editoras e escritoras feministas brasileiras, em conjunto com sua rede de apoio, a desenvolver sua própria espécie de contraesfera pública, na qual engendram discursos e ações que fortalecem a escrita de mulheres. Com a conectividade e coletividade que fazem parte do próprio feminismo de quarta onda enquanto movimento social, torna-se perceptível que *“the public sphere ceases to be simply an idealized agora and becomes something tangible between members of interlocking circles, whose mutual communication engages them at many levels, not just that of rational, ordered debate”* (Downing, 2001, posição 804).

É possível citar como parte destas redes de apoio: coletivos de escritoras que se organizam no sentido do reconhecimento e profissionalização do grupo; coletivos de tradutoras de obras feministas (como o já mencionado Sycorax); coletivos que oferecem revisão textual e serviços gráfico para autoras mulheres; clubes de leitura exclusivamente dedicados ao estudo e leitura de autoras mulheres e/ou feministas; perfis em redes sociais voltados para a divulgação de autoras mulheres; saraus de autoras mulheres e/ou para divulgar autoras mulheres, *poetry slams* voltados para mulheres; podcasts, blogs e diversas outras iniciativas, incluindo workshops, debates e oficinas promovidos por muitas das próprias editoras. A seguir elenco um breve, porém significativo apanhado destas ações.

#### **a) Respeita!**

Dono de um claro viés feminista e independente, o Respeita! é uma coalizão de 70 poetisas brasileiras – entre as quais alguns dos nomes de destaque da poesia contemporânea do país – que se mobiliza não só para a publicação de seus trabalhos, mas também para ações feministas mais amplas. Através da escrita poética, o coletivo busca criar uma “rede de educação política feminista” e combater as dificuldades de ser mulher e poeta, no Brasil: “desde a baixa representatividade nas publicações e eventos até a falta de oportunidades remuneradas; extorsões, chantagens, assédios sexuais e morais; instrumentalização e cooptação oportunista de nossas pautas em contextos que usam nossa produção apenas para cumprir a cota de mulheres”.<sup>25</sup> O Respeita! também tem

---

<sup>25</sup> Em < <https://respeitaeponto.wordpress.com/> >

atuação fora da internet, com realização de oficinas, debates, participações em feiras literárias e publicações de cunho independente, como o zine “São nossas as notícias que daremos”, lançado em 2019.

#### **b) Leia Mulheres**

Em 2014, a escritora, editora e ilustradora inglesa Joanna Walsh criou uma série de cartões de ano-novo em forma de marcadores de livro. Em cada um, havia uma ilustração representando uma escritora e, no verso, mais nomes de escritoras. Ao compartilhar as ilustrações no Twitter, Joanna surpreendeu-se com o interesse das pessoas em saber os nomes das escritoras no verso de cada cartão. A partir daí nasceu a hashtag #readwomen2014, que se tornou inesperadamente viral.

Inspiradas em Walsh (e provando uma vez mais a importância da internet e das redes sociais no fortalecimento do feminismo atual), as amigas brasileiras Juliana Gomes, Juliana Leuenroth e Michelle Henriques criaram o projeto *Leia Mulheres*, um clube de leitura para transformar a provocação da autora inglesa “em algo presencial em livrarias e espaços culturais”, e em um “convite à leitura de obras escritas por mulheres, de clássicas a contemporâneas.”<sup>26</sup> O *Leia Mulheres* faz parcerias com editoras, livrarias e instituições, demonstrando a amplitude e o alcance potencial de duas ações como rede de apoio. Mantém, no entanto, sua independência, de forma que todo novo clube do grupo passa sempre por um contato direto com a equipe central.

O projeto começou em 2015 em São Paulo e atingiu um alcance surpreendente. Hoje está presente nos 27 estados brasileiros e em mais de 120 cidades. Os clubes de cada cidade são comandados por mediadoras, que fazem reuniões mensais com média de 20 participantes em cada, para a leitura e discussão de obras de autoras mulheres. Até 2019, mais de três mil livros já tinham sido lidos e discutidos pelo *Leia Mulheres*, em todo o Brasil.<sup>27</sup> Em 2018 o projeto começou a atuar também no Porto, em Portugal.

#### **c) Coletiva Mamoeira**

Formada por nove mulheres com menos de 30 anos do estado de São Paulo, a *Coletiva Mamoeira* é um grupo de mulheres que se uniu no intuito de dar suporte à

---

<sup>26</sup> Em < <https://leiamulheres.com.br/sobre-nos/> >

<sup>27</sup> Em < <https://oglobo.globo.com/celina/crescem-no-brasil-clubes-de-leitura-de-obras-feministas-autoras-mulheres-23816620> >

publicação do texto de mulheres. O trabalho é sempre gratuito e inclui preparação, revisão e elaboração de projetos gráficos (capas, ilustrações, etc.) para autoras mulheres, “priorizando aquelas que estão afastadas dos privilégios socioeconômicos e cujas obras seriam sua primeira publicação”, além de considerar “questões que estruturalmente costumam dificultar a expressão da voz de mulheres, como orientação sexual, identidade de gênero, cor, etnia e classe”<sup>28</sup>. Desta forma, o grupo dispõe-se a “criar pontes entre autoras literárias e editoras independentes, na tentativa de viabilizar a continuidade do processo editorial até a publicação”.

A *Coletiva* começou a atuar em 2018, sempre através de chamadas-edital em suas redes sociais, nas quais selecionam as autoras a serem beneficiadas. Desde então, já realizou também uma série de oficinas literárias para mulheres, todas em São Paulo.

#### **d) Mulherio das Letras**

As dificuldades encontradas pelas mulheres no mercado editorial brasileiro já incomodavam, mas foi a ausência de mulheres (e o consequente incômodo causado por isso) e de autores negros em geral no principal festival literário do Brasil, a FLIP, que serviu de estopim para o surgimento do *Mulherio das Letras*. Idealizado pela escritora Maria Valéria Rezende, em conjunto com outras escritoras, como Conceição Evaristo, Mirna Queiroz e Joselia Aguiar, o grupo define-se um “movimento nacional de mulheres envolvidas com literatura. Escritoras, designers, ilustradoras, profissionais em Letras”, com o objetivo de “dar visibilidade ao trabalho das mulheres no mercado editorial, em colaboração umas com as outras”.

O *Mulherio das Letras* articula-se através de um grupo fechado de mesmo nome no Facebook, que atualmente tem 7.000 participantes, demonstrando, mais uma vez, o papel das redes sociais na movimentação coletiva feminista e de escritoras mulheres. No entanto, é no off-line que o *Mulherio* põe em prática as discussões. Todos os anos, desde 2017, são realizados encontros nacionais (em geral em cidades fora do chamado “eixo Rio-São Paulo”, num esforço descentralizador e democratizante), que homenageiam autoras brasileiras. Diz Valéria Rezende, citada em De Oliveira (2018) sobre os encontros:

Há alguns meses que, em conversas entrelaçadas em becos, bares e calçadas, começou a surgir entre muitas de nós a ideia de juntar o Mulherio das Letras para

---

<sup>28</sup> Em < <https://www.facebook.com/photo?fbid=254022635300866&set=a.253609772008819>>

ampliar e intensificar nossas conversas, discutirmos entre nós as questões que nos interessam, sem curador que nos imponha tema, sem ‘mesa’ com estrelas e cachê, sem monopólio de microfone, e onde nós não sejamos a costureira ‘cota’, mas sejamos a maioria absoluta, decidamos e levemos adiante coletivamente o que bem entendermos. A ideia não é a de fazer mais um “evento literário”, nem ‘festa’, nem ‘feira’, nem ‘festival’ como os que se multiplicam pelo país há alguns anos, e passam a repetir-se em anos sucessivos. A ideia é mesmo de um grande encontro, e veremos o que sai dele.

Em 2017 o encontro aconteceu em João Pessoa, homenageando Maria Firmina dos Reis; em 2018 no Guarujá, com homenagem a Patrícia Galvão e em 2019 em Natal, com homenagem a Nísia Floresta. Nos encontros há rodas de conversa sobre literatura e mercado editorial, além de intervenções artísticas, saraus e performances. A curadoria, segundo Rezende<sup>29</sup>, é feita de forma colaborativa e sem lideranças. Os encontros nacionais deram origem a outros regionais e também internacionais, como o *Mulherio das Letras Portugal*, que aconteceu em março de 2019 e já tem data para 2020.

#### **e) Saraus e slams**

Assim como ações ligadas à escrita e à palavra na internet alimentam, hoje, a publicação independente de mulheres, outros movimentos apontam no sentido de uma colaboração entre a edição impressa, tradicional, e outras formas de ser da palavra. Não ousa fazer afirmações contundentes, mas pode-se notar, pelo menos na realidade brasileira, o fortalecimento de dois fenômenos, no âmbito da palavra/literatura feita por mulheres: os saraus e os *poetry slams*.

Os saraus, embora não sejam fenômenos novos, têm despontado nos últimos anos como um lugar de expansão da literatura marginal ou periférica, incluindo a literatura feminista, ela mesma de algum modo periférica no que tange ao grande mercado editorial. É o caso de eventos como o Mijiba em Ação, Sarau das Pretas, Sarau Pedra Pura Poesia, do coletivo Mulheres de Pedra, as Sarauzeiras Oníricas, o Sarau Selváticas e tantos outros. Sobre isso, diz-nos Julia Klein (2018, posição 1883):

O poema escrito é tradicionalmente o território do estranhamento da linguagem, do esgarçar da significação, em que a voltagem poética é frequentemente perseguida às custas da comunicabilidade. Mas a poesia oral, como lembra Luna Vitrolira, poeta

---

<sup>29</sup> Em < <https://revistacult.uol.com.br/home/mulherio-das-letras-grupo-nacional-de-autoras-por-igualdade-no-mercado-editorial/> >

de Recife, é uma ‘poesia de mensagem’. [...] É assim que os saraus e slams tornam-se instrumentos poderosos para as poetisas feministas.

O mesmo acontece e até mesmo se radicaliza nos *poetry slams*, batalhas de poesia falada, muito enraizado na cultura urbana do *hip-hop*. Seja em um ou em outro, se não é possível afirmar, pode-se pelo menos imaginar nesses movimentos a semente para novos caminhos e possibilidade de troca na escrita feita por mulheres. A palavra falada “retoma o caráter coletivo da literatura” (Idem), algo que está claramente impregnado nos novos movimentos de publicação independente de mulheres. Além disso, com essa “nova estética, percebemos que o livro deixa de ser o único (ou, até mesmo, o melhor) aparato para divulgação dos textos, pois a palavra performada tem tanta importância quanto a palavra escrita”.

#### **f) Outras ações**

A força da edição independente de mulheres também vem de ações pontuais ou individuais. A escritora brasileira Mika Andrade, de Fortaleza, é um exemplo. Foi uma professora de literatura que a estimulou a escrever<sup>30</sup>, sendo esta uma paixão que Mika desenvolveu de forma intermitente, ao longo dos anos, por conta da insegurança com o que escrevia. Hoje, Mika escreve em blogs e publica suas poesias em uma conta de Instagram, além de dar passos no sentido da edição. Coordena um projeto no Instagram (que virou também um clube de leitura) chamado *Escritoras Cearenses*, cujo objetivo é resgatar autoras esquecidas e divulgar escritoras contemporâneas, todas de sua terra natal, e acabou de organizar e lançar seu primeiro livro, *O olho de Lilith*, em parceria com o selo Ferina, da escritora Jarid Arraes.

---

<sup>30</sup> Interessante notar que a fala de Mika coincide com o que aponta a pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil – 4ª Edição*, de 2015, disponível em <[http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa\\_Retratos\\_da\\_Leitura\\_no\\_Brasil\\_-\\_2015.pdf](http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf)>. Segundo consta na pesquisa, as pessoas que mais influenciam nos hábitos de leitura dos leitores brasileiros são as mães, seguidas pelas professoras. Não só as mulheres são maior parte do público leitor (52%) quanto também importantes influenciadoras, o que demonstra mais uma vez a discrepância que há entre mulheres enquanto consumidoras e enquanto produtoras, no mercado editorial.

## Capítulo 3: Estudos de caso

Impulsionadas pela quarta onda feminista e pelas possibilidades da edição independente, editoras e escritoras têm desenvolvido um ambiente de intensa colaboração e criação, no Brasil. Os dois tópicos anteriores trouxeram exemplos que ilustram esta efervescência, mostrando um panorama amplo do cenário e contextualizando o leitor.

Para complementar este panorama, trago dois breves estudos de caso de duas iniciativas mais estritamente ligadas à edição. Escolhi analisar a editora *Aliás*, como exemplo de edição tradicional, focada no livro físico e a comunidade online *Mulheres Que Escrevem*, como exemplo de práticas editoriais que se apropriam de novos meios e formas de ser. Cada uma dessas iniciativas possui características próprias, mas também semelhanças interessantes, como as trocas entre online e off-line e o caráter coletivo, autônomo e não hierarquizado.

### 3.1 Aliás Editora

A *Aliás* é uma editora fundada em 2017, criada por um grupo de mulheres que se dedica a publicar exclusivamente mulheres, posicionamento que fica claro no site da editora e em todas as chamadas e editais para publicação.

Está localizada em Fortaleza, no Ceará, estado do Nordeste do Brasil, uma região que é não só uma das mais machistas do Brasil<sup>31</sup> mas também aquela que tem os maiores índices de analfabetismo<sup>32</sup> e uma das mais pobres. Esta informação, que a um olhar desatento pode parecer mero detalhe, faz toda diferença na caracterização do objeto de estudo, uma vez que estamos a falar de um projeto que visa trabalhar não só a leitura, mas também a produção e publicação textual para um público que os números e fatos apontam não ser muito benquisto ou respeitado: mulheres. Há, portanto, um caráter inovador e

---

<sup>31</sup> O Ceará ocupou o 2º lugar no vergonhoso ranking de homicídio de mulheres em 2018. Em 2019, ficou na 6ª posição. Fonte: < <https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/2020/03/05/mesmo-com-queda-recorde-de-mortes-de-mulheres-brasil-tem-alta-no-numero-de-feminicidios-em-2019.ghtml> >

<sup>32</sup> Segundo a PNAD 2018 (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua), das 5 regiões brasileiras, o Nordeste é aquela com maior número de analfabetos no país: 13,87% da população com 15 anos. Entre os 27 estados do país, o Ceará está em 6º lugar entre aqueles com mais analfabetismo, com 13,3% da população nesta situação. Fontes: <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101657\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101657_informativo.pdf)> e <<https://infograficos.gazetadopovo.com.br/educacao/taxa-de-analfabetismo-no-brasil-por-estados/>>



desafiador na empreitada. Tal fato também possibilita entender o caráter de resistência da editora, no sentido em que fala Downing (2001, posição 537): “*resistence, in other words, is resistance to multiple sources of oppression. [...] We need to be alert to multiple forms of power and subordination, often interlocking; to the centrality of culture as the ground on which struggles for freedom and justice are fought out*”.

Ao entendermos o machismo, a pobreza material, as dificuldades educacionais como questões estruturais do lugar onde a *Aliás* está situada, podemos consequentemente entendê-la como um projeto editorial que faz parte de uma “*powerful operation of microsubversive strategies*” (Idem). Anna K. Lima, editora da Aliás, corrobora essa visão quando afirma que:

Trabalhar com arte é prova de resistência, tem que correr muito para conseguir pagar os boletos, dar conta das demandas da editora e da vida.[...] Publicar sempre foi difícil, pois sempre se restringiu a uma pequena elite. Em 2017, a UNB fez uma pesquisa que mostrou que no Brasil mais de 70% dos livros publicados foram escritos por homens, 90% deles são brancos e pelo menos a metade veio do Rio de Janeiro e de São Paulo. Imagina só a dificuldade para mulheres fora desse eixo e perfil encontrarem espaço no grande mercado editorial? Complicadíssimo.<sup>33</sup>

A *Aliás* começou sendo formada por um grupo de dez mulheres; hoje são três à frente do projeto: Anna K. Lima, Isabel Costa e Jéssica Gabrielle Lima. Mesmo com a redução do número, elas definem a editora como um “coletivo editorial formado por mulheres de diferentes origens e saberes”<sup>34</sup>. A definição deixa ver, mais uma vez, a importância que é dada à atuação coletiva e à multiplicidade nas ações feministas atuais, que se reflete também nos projetos editoriais feitos por mulheres.

A editora produz “livros, livros artesanais, zines e novos suportes para as literaturas”<sup>35</sup>, tendo sido publicados 11 livros e 12 zines, sendo estes também disponibilizados de forma gratuita no site da editora. Os gêneros publicados incluem poesia, crônica, conto, cartas, receitas e narrativas do cotidiano. Sobre as publicações, é interessante observar que elas partem, segundo a editora, “da artesanaria e da produção de zines” e que a editora demonstra interesse também na produção de “novos suportes para

---

<sup>33</sup> Entrevista cedida por e-mail em 03/06/2019.

<sup>34</sup> Em < <https://www.aliaseditora.com/sobre> >

<sup>35</sup> Idem.

as literaturas”, o que aponta, por um lado, para um resgate do fazer artesanal dentro do mercado editorial e, por outro, para a busca por novos caminhos para a edição.

Tal fato revela a multiplicidade e hibridismo de linguagens que são típicos do feminismo de quarta onda, mas também um crescente apreço ao que Borges e Quintela (2015) chamam de “(re)emergência do *craft*”. Segundo os autores, este fenômeno valoriza o caráter manual e ofical associado aos métodos tradicionais de criação e execução de objetos editoriais, que exigem uma produção cuidada, rigorosa, realizada em pequena escala e obedecendo a tempos de trabalho lentos. Os autores ressaltam ainda que “o *craft* tem subjacente uma dimensão eminentemente política que não pode ser dissociada de outros movimentos urbanos atuais que visam, de diferentes modos, contestar os ritmos acelerados de produção e consumo que caracterizam o capitalismo contemporâneo” (Idem).

Um dos dados mais interessantes sobre a *Aliás* é a forma como articula uma série de ações para dar sustentação não só à da própria editora, mas também ao movimento literário de mulheres. Mais do que simples promoção ou marketing, estas ações são assim definidas pela editora:

Além do trabalho de confecção de objetos literários, a editora objetiva realizar encontros, saraus, debates, exposições, conversas e diversas ações em equipamentos públicos e particulares. A *Aliás* funciona não apenas como uma publicadora, mas, sim, como um centro de pulsão e propulsão de movimentos literários.<sup>36</sup>

É o caso do evento *Chá de Afetos*, realizado pela editora. Iniciado em fins de 2019, o evento já teve três edições. Trata-se de uma reunião informal, sempre com a presença de uma escritora convidada, com conversas e trocas de histórias que giram em torno de uma palavra ou tema. Os eventos acontecem em um espaço aberto, na rua, evocando o antigo hábito cearense de colocar cadeiras à calçada para conversar com vizinhos, amigos ou passantes. Segundo Anna K., o evento é “um espaço da oferta e da aceitação, da fala e da escuta, do diálogo e do cuidado”<sup>37</sup>. Nota-se, também aqui, um marcado senso de horizontalidade, coletividade e resgate, incluindo o resgate da palavra falada como origem essencial da palavra escrita. Antes de chegar à edição, é preciso fomentar a relação com a palavra, e é isso que se vê no *Chá de Afetos*.

---

<sup>36</sup> Em < <https://www.aliaseditora.com/sobre> >

<sup>37</sup> Em < <http://blogs.opovo.com.br/leiturasdabel/2019/11/05/editora-alias-estreia-a-programacao-cha-de-afetos-com-presenca-da-escritora-tercia-montenegro/> >

O cultivo da relação com a palavra e as histórias pessoais também é visto nos cursos e oficinas de escrita promovidas pela editora, bem como no resultado destes eventos. A partir da oficina *Alquimia Literária*, por exemplo, que ofereceu para mulheres uma formação que contemplava os temas escrita afetiva, escuta afetiva, ilustração básica, assessoria literária, eventos literários e lançamento literário, nasceu uma das publicações da editora, com textos e outros trabalhos das participantes. Diz Anna K. sobre a oficina:

São encontros pensados para acessar nossos repertórios pessoais a fim de afirmarmos nossas grandezas mais íntimas. Contar-nos e recontar-nos com o auxílio do que há de melhor em nós para que possamos nos transmitir à outra e nos transformar de fora pra dentro e de dentro pra fora.<sup>38</sup>

O posicionamento revela um quê de “o pessoal é político” (ver item 1.3, subitem a.), pois aqui são as experiências pessoais que servem de base para um processo feminista de crescimento e transformação coletiva, seja pelas trocas em si, seja pelo ato de escrever, editar e publicar. O potencial socialmente transformador da edição independente e do feminismo, e de ambos juntos, está na fala de Anna K, quando perguntada se vê, no futuro, a *Aliás* como uma editora mais ligada ao *mainstream*:

A Aliás foi pensada, desde o início, para ser mais que uma editora que publica livros. A ideia sempre foi promover também vivências, formações e encontros, ajudar a abrir caminhos para mulheres que quisessem publicar com a gente. O *mainstream* que nos interessa é conseguir chegar nos lugares que nunca são lembrados e tocar as pessoas de algum modo que seja significativo.<sup>39</sup>

Recordo aqui, a discussão sobre edição independente desenvolvida no tópico 1.4 deste trabalho, em que busco posicionar a edição independente não dentro da discussão dicotômica dinheiro x cultura ou negócio x arte, tão costumeira na análise do ato de editar. Posiciono-a, antes, como um campo de possibilidades: criativas, mercadológicas também, claro culturais, mas sobretudo transformadoras e sempre políticas, de uma forma ou outra. Mais do que ser uma grande editora ou manter-se pequena, ou manter-se mais ao lado do negócio ou mais ao lado da arte, interessa à *Aliás* “chegar nos lugares que nunca são lembrados”.

---

<sup>38</sup> Em < <http://blogs.opovo.com.br/leiturasdabel/2019/10/16/alquimia-literaria-formacao-em-escrita-criativa-para-mulheres-chega-ao-crato/>>

<sup>39</sup> Entrevista cedida por e-mail em 03/06/2019.

Ainda na recusa da dicotomia “*mainstream* x alternativo”, “grande x pequeno”, Anna K. reforça a necessidade de entender a edição independente de mulheres como um campo de possibilidades:

Assim como precisamos buscar novos espaços, precisamos também ocupar os tradicionais, reescrever e reinventar novos parâmetros. Não vai ser agora que vamos ter visibilidade e facilidade para ser publicadas e - melhor - lidas, então precisamos estar em todos os lugares possíveis, seja entrando com o pé na porta ou levantando novos tijolos<sup>40</sup>.

No que tange à caracterização da *Aliás* enquanto uma editora independente, vale relembrar o entendimento das mídias alternativas, conforme analisadas no tópico 2.3 e explicitadas na tabela ao final do ponto 1.3. Aquilo que se vê na essência da *Aliás* - a opção por chegar a públicos e lugares costumeiramente ignorados, o posicionamento feminista, o gosto pela criação coletiva e informal, a propensão ao fazer editorial mais artesanal em pequena escala, preferência por atuação em grupos e não-hierarquizada, etc. – pode ser compreendido pela perspectiva da mídia DIY, em alguns aspectos, e da mídia autônoma/radical em outros. É possível identificar elementos como o empoderamento individual e/ou coletivo; a autorrepresentação, o DIY, a relação com um movimento social (o feminismo), a autonomia coletiva, o conceito de “o pessoal é político”, etc.

A *Aliás*, em suma, embora pequena, é um projeto editorial muito rico e animador, que fornece um interessante modelo de edição independente feminista. Através de uma atuação feminista alinhada com a quarta onda do movimento, desenvolve a edição de uma forma autônoma, oferecendo ferramentas de fortalecimento muito úteis para a edição independente, também ela marcada pela autonomia.

### 3.2 Mulheres que Escrevem

O *Mulheres que Escrevem* (doravante chamado também de *MqE*), criado em 2015, se define como uma iniciativa cujo principal trabalho é “realizar curadoria, divulgação e edição de conteúdo produzido por mulheres, além de realizar encontros que debatam a presença feminina no universo da escrita”.<sup>41</sup> Com um caráter plural, o *MqE* atua não só publicando textos (nos gêneros poesia, ficção, ensaio, resenha e tradução), mas também

---

<sup>40</sup> Idem.

<sup>41</sup> Em < <https://medium.com/mulheres-que-escrevem/o-que-%C3%A9-a-iniciativa-mulheres-que-escrevem-ac29282aa82>>

fomentando o fazer literário de mulheres no Brasil contemporâneo, além de divulgar o trabalho de escritoras de outros tempos e lugares.

O projeto é capitaneado por quatro mulheres – Taís Bravo, Natasha Silva, Estela Rosa e Seane Melo, todas poetas, escritoras, jornalistas ou tradutoras, enfim, profissões ligadas à escrita e edição – e desenvolvido com dezenas de colaboradoras. O nascimento do *MqE* se deu a partir de uma conversa entre as amigas Taís e Natasha. As duas notaram o quão recorrente era a insegurança que sentiam em relação aos seus escritos. Perceberam que, mais do que uma coincidência, a insegurança tão comum entre as mulheres escritoras tinha quase nada de acaso ou de problema individual, e muito de dificuldades históricas e sociais, sendo resultado de discursos e estruturas sociais desenvolvidos a partir de séculos de opressão. Algo que Virginia Woolf já explorara no longínquo ano de 1929, em *A Room of One's Own*.

Criaram então o *Mulheres que Escrevem*, inicialmente uma *newsletter* que intencionava “trazer outras mulheres que se dedicam ao ofício da escrita para essa conversa”. Com o tempo, o *Mulheres que Escrevem* expandiu sua presença para as redes sociais, nomeadamente Facebook, Instagram e Twitter. No entanto, foi através da página hospedada no Medium<sup>42</sup> que se desenvolveu grande parte do que julgo central ao trabalho da iniciativa: a publicação dos textos escritos por mulheres.

O intento inicial do projeto revela, já de largada, dois fatos dignos de nota, típicos da quarta onda feminista e que têm influenciado o fazer editorial que analiso neste trabalho: o desejo de uma produção coletiva e interativa, traduzido através da opção por uma “conversa” e a primazia das novas mídias como meio ideal para essa interatividade. De fato, as novas mídias caracterizam-se, em sua natureza, por uma infraestrutura em rede, que é facilmente recombinaível e que oferece ubiquidade e interatividade, permitindo criar “*innovative projects in which people extend their social networks and interpersonal contacts, produce and share their own “DIY” information, and resist, “talk*

---

<sup>42</sup> O Medium é uma plataforma e rede social online focada exclusivamente na publicação de textos. Ao contrário de outras redes sociais, como Twitter, que só permite textos curtíssimos, e do Facebook ou Instagram, onde qualquer texto com mais de um parágrafo é considerado “textão” e costuma repelir usuários, o Medium existe por e para textos longos e é focado em usuários leitores e produtores de texto. O site define-se como “not like any other platform on the internet. Our sole purpose is to help you find compelling ideas, knowledge, and perspectives. We don’t serve ads—we serve you, the curious reader who loves to learn new things. Medium is home to thousands of independent voices, and we combine humans and technology to find the best reading for you—and filter out the rest.”. Em <<https://www.medium.com>>

*back” to, or otherwise critique and intervene in prevailing social, cultural, economic, and political conditions”* (Lievrouw, 2011, p.19).

A coletividade e a interatividade através das novas mídias foram essenciais para criar o que o *Mulheres que Escrevem* descreve como um “espaço de segurança e mobilização para descobrir e debater novas possibilidades de produção cultural e literária, focadas na escrita de mulheres”.<sup>43</sup>

Mas por que “espaço de segurança”? Por um lado, em oposição aos lugares editoriais tradicionais, entendidos pelo *MqE* como “inseguros” para as mulheres, no sentido de não serem em geral abertos e acolhedores, especialmente para mulheres que, por razões estruturais, já têm tantas dúvidas e medos em relação àquilo que escrevem. Por outro lado, devido à ausência de espaço *real* para o feminismo nas grandes editoras e no *mainstream*, entendendo por “real” um espaço que não precise transformar o feminismo em produto palatável para vendê-lo. Afinal, palatável é coisa que o feminismo não é. Assim, percebe-se que, para o *MqE*, este espaço de segurança encontra-se principalmente no meio independente, onde é mais fácil existir e atuar mantendo sua essência. Isso fica claro na fala de Natasha Silva, quando questionada sobre a importância de novos lugares para a edição de mulheres:

Eu acredito em buscar espaços novos - ou construir espaços novos, que é um pouco o que fazemos na Mulheres que Escrevem. Eu ainda acho importante querer estar nos espaços tradicionais, fazer uma bagunça, tirar a tranquilidade desses ambientes tão tradicionais. Porque nós temos o direito de estar aí também. Mas ainda acho difícil ocupar esses espaços sem perder a nossa essência, sem virar um produto oco e servir aos propósitos "deles". Por isso, é preciso ter muito cuidado. Acho que, por enquanto, o caminho ainda é buscar espaços novos e construir outros, coletivamente. Encontrar lugares em que a potência seja toda nossa, sem dever nada a ninguém e, assim, alcançar mais pessoas.<sup>44</sup>

No que tange a “descobrir e debater novas possibilidades de produção cultural e literária, focadas na escrita de mulheres”, é importante observar a multiplicidade de frentes de atuação do *Mulheres Que Escrevem* e como isso se relaciona com a combinação entre online e off-line.

---

<sup>43</sup> Em < <https://medium.com/mulheres-que-escrevem/o-que-%C3%A9-a-iniciativa-mulheres-que-escrevem-ac29282aa82>>

<sup>44</sup> Em entrevista cedida por e-mail em 05/06/2019.

A atuação do *MqE* enquanto projeto editorial acontece essencialmente no ambiente online. Embora o grupo tenha feito a publicação impressa de 3 zines em 2018 (com os temas Poesia, Ficção e Ensaio) e iniciado um financiamento coletivo em 2019 para a publicação de uma antologia de poemas eróticos, foi pela *newsletter* e depois pelo Medium que o grupo fez a publicação de mulheres escritoras.

As interessadas em publicar entravam em contato com o grupo, enviando textos dentro das categorias aceitas, que eram a seguir selecionados, editados e publicados no Medium, se estivessem alinhados com a proposta da iniciativa. Verifica-se aqui as características do que é o ato de editar, conforme descrito no item 1.4 deste trabalho. Recebimento de textos, seleção, preparação, arbitragem cultural, filtragem do que deve/merece vir a público ou não: está tudo aqui. Mudam o meio, as possibilidades de interação com o público, a velocidade e quantidade daquilo que pode ser publicado, o potencial de alcance dos textos (que na internet, é o mundo todo); isso tudo certamente impacta no fazer editorial, se comparado com a edição mais tradicional, feita em livros e objetos impressos. O essencial, porém, permanece o mesmo.

Enquanto isso, nos meios off-line verifica-se a atuação do *MqE* enquanto fomentadoras da produção, estudo e consumo de literatura feita por mulheres, num papel semelhante ao das redes de apoio discutidas no item 2.5. É o caso da promoção e participação do grupo em workshops, lançamentos de livros, oficinas, encontros, debates e outras ações, com o intuito de contribuir para a profissionalização e publicação de escritoras. Em 2019, o grupo esteve à frente de cerca de 13 eventos deste tipo, tendo inclusive inaugurado parcerias com instituições de ensino e pesquisa, como o Laboratório da Palavra e o Laboratório de Teorias e Práticas Feministas, Faculdade de Letras da UFRJ.

Quanto a este trabalho de fomento, cabe ainda mencionar a parte dele que é feita também online, através das redes sociais e dos *podcasts*. O *MqE* inaugurou um *podcast* em 2018, que conta atualmente com 41 episódios, nos quais há a leitura e debate de textos, entrevistas com escritoras e conversas sobre escrita e edição, sempre em torno de escritoras mulheres.

Se analisarmos o *MqE* com base no que foi discutido no tópico 1.3, é possível encaixá-lo como um projeto independente, tendo em vista sua aproximação da mídia autônoma / radical. Como verificado neste tipo de mídia, o *MqE* enfatiza a importância do conteúdo e da estrutura organizacional, de forma que os fins e os meios sejam

eticamente coerentes entre si. Há, além disso, uma organização focada na autonomia coletiva e na partilha de saberes.

No entanto, cabe ressaltar que não há no *MqE* uma idealização em torno do independente. Percebe-se que o grande interesse do grupo é em promover, divulgar e valorizar a escrita de mulheres, alcançando um público sempre mais amplo. Se o *MqE* se configura como um projeto independente, que procura fugir aos ambientes tradicionais, isto parece ser apenas devido à conjuntura social e cultural externa. Não é uma predileção por um determinado *modus operandi* por si, mas sim uma predileção por uma forma de atuação que permita ao *MqE* ser e fazer o que deseja, sem distorções ideológicas do seu propósito inicial. Afinal, vale lembrar, o fazer editorial do grupo traz em sua essência um movimento político e social, o feminismo. Novamente Natasha:

Acho que é mais fácil publicar textos feministas no meio independente, mas principalmente porque não existem muitos espaços no *mainstream* que aceitem o discurso feminista sem antes transformá-lo em um produto. Acredito que temos que cada vez mais furar a nossa bolha "independente", alcançar pessoas que não fazem parte desses círculos e que, por sua vez, estão dentro da área de influência do *mainstream*. Mas precisamos encontrar nossos próprios caminhos, já que não queremos nos transformar em um produto, perder nossa essência ou nos transformar em uma ferramenta do feminismo liberal.<sup>45</sup>

O *MqE*, portanto, caracteriza-se por este cruzamento entre edição e atuação como rede de apoio/fomento, entre uso de meios online e off-line, bem pelo caráter essencialmente coletivo. Saliento que, se isso em algumas análises poderia significar falta de foco ou de consistência no *MqE*, aqui isto é interpretado precisamente como sendo sua fortaleza. Quanto mais múltiplo, mais aproveita as potencialidades de um fazer editorial feminista que busca essencialmente impactar social e culturalmente.

Ao unir edição feita em novos meios e moldes, feminismo e um intenso trabalho de propulsão da escrita de mulheres, o *MqE* traz um frescor interessante ao fazer editorial, apontando para novos caminhos, novas possibilidades. O independente, pelo menos no contexto editorial atual, parece ser ainda o lugar para tais novidades:

Não imagino a nossa iniciativa como parte do *mainstream* porque temos muito claro dentro da nossa equipe o que não queremos ser e o que é inaceitável para nós.

---

<sup>45</sup> Em entrevista cedida por e-mail em 05/06/2019.



Queremos crescer, sim, porque o que nos motiva é ocupar novos espaços e chegar a novas pessoas sempre. Mas, para nós, ser independente é fundamental. Já ser pequena, é relativo. O que importa para nós é o impacto do nosso trabalho. Já somos muito maiores do que jamais imaginamos que seríamos.<sup>46</sup>

### 3.3 Comparação dos estudos de caso

Comparando os dois casos, vemos que ambos são iniciativas de edição independente que têm como pano de fundo a quarta onda feminista e como intenção principal publicar exclusivamente mulheres. Além disso, os dois projetos também se propõem a incentivar a publicação de mulheres, através de ações que se voltam para aquilo que acontece antes da edição e sem a qual ela não acontece: a escrita. A *Aliás* e o *Mulheres que Escrevem*, muito além de editar, buscam atuar como propulsoras de mulheres que escrevem. Estimular a autoconfiança artística, a produção textual, os conhecimentos técnicos do mundo da escrita/editorial, as trocas enriquecedoras; tudo isso faz parte do projeto de ambas.

Tanto a *Aliás* e quanto o *Mulheres que Escrevem* são projetos no qual o feminismo é ao mesmo tempo meio e fim, razão de ser e de existir. Não fossem as imensas dificuldades históricas e ainda atuais para as mulheres escreverem e publicarem, e não fosse o feminismo para combatê-las, dificilmente existiriam projetos como estes. Assim, é impossível dissociar a existência desses projetos editoriais da luta feminista.

Há diferenças importantes. A *Aliás* está localizada no pobre, iletrado e bastante machista Nordeste brasileiro; o *Mulheres que Escrevem* está baseado no Sudeste do país, centro inegável do poder simbólico, político e econômico do Brasil, onde as possibilidades para quem empreende são consequentemente melhores. A *Aliás* configura-se como uma editora no sentido mais tradicional, uma vez que nela os livros e materiais impressos têm bastante peso; o *Mulheres que Escrevem* publica mulheres essencialmente em uma plataforma online. O *Mulheres que Escrevem* partiu de uma atuação que de início era totalmente online para outra que mescla online e off-line, com cada vez mais peso para o ambiente fora da rede; já a *Aliás* trabalha essencialmente no off-line, de certa forma reinventando modos de relacionamento tradicionais: a conversa na calçada, as trocas

---

<sup>46</sup> Idem.

antigas, o fazer artesanal, mas tendo tudo isso atualizado e potencializado pelo uso da internet.

As diferenças, entretanto, não se sobrepõem àquilo que aproxima os dois projetos. Ambos partiram de um descontentamento (“raiva”, no caso da *Aliás*) com o cenário pouco animador que estava posto para as mulheres que escrevem e editam. Ambos se configuram como projetos independentes, conforme delineado ao longo do capítulo 1. Ambos se organizam de forma não-hierarquizada e coletiva, sendo esta atuação coletiva parte essencial do seu modo de funcionamento. Também os dois são declaradamente feministas, contestadoras e têm isso como alicerce do seu trabalho. Tanto é que, muito mais do que apenas projetos editoriais, a *Aliás* e o *Mulheres que Escrevem* são iniciativas que incentivam a profissionalização de escritoras, tendo isso bastante claro na forma como definem a si mesmas. *Aliás* e *Mulheres que Escrevem* querem publicar escritoras, mas preocupam-se, antes disso, com agrupá-las, estimulá-las em sua produção e sua autoestima, estimular a verem e serem vistas umas pelas outras. Por fim, e isso é muito importante em toda esta análise, as questões políticas e sociais são essenciais ao conteúdo e às ações das duas iniciativas.

As diferenças e semelhanças nos estudos de caso ajudam em igual medida a compor aquilo que identifico e analiso neste trabalho: a existência de um fazer editorial feminista hoje no Brasil, que se desenvolve em grande parte como edição independente. As semelhanças fazem ver mais facilmente a consistência desse fenômeno; as diferenças, por sua vez, indicam que o fenômeno é tão multifacetado quanto a quarta onda feminista que o sustenta, e que a vontade de publicar mulheres está viva e forte no Brasil contemporâneo, em diferentes locais, sob diferentes condições e modos de atuar.

## Capítulo 4: Para concluir, mas olhando adiante

Foi como mulher que escreve, que lê e que é feminista que primeiro notei a movimentação, já há três anos, em torno da escrita de mulheres, no Brasil. Comecei a perceber que se falava mais de autoras mulheres, que amigas indicavam livros e autoras mulheres umas às outras, em postagens e comentários nas redes sociais. Nas mesmas redes, vi surgir perfis de escritoras independentes, que buscavam ali na internet, de forma autônoma e muitas vezes amadora, publicar seus escritos, conseguir espaço e visibilidade, achar seus públicos. Vi o aparecimento de editoras feitas por e exclusivamente para publicar mulheres e achei incrível. Notei, também nas redes, páginas que se dedicavam a divulgar a escrita de mulheres famosas e já consagradas, mas também de escritoras antigas que não eram tão populares ou até mesmo desconhecidas (como Carolina Maria de Jesus, Conceição Evaristo, Maria Firmina dos Reis – todas estas negras, não por coincidência), bem como uma novíssima e ignoradíssima geração de novas escritoras. Havia algo novo, senti.

Essa movimentação, que foi muito importante para meu desenvolvimento como leitora, como feminista e como escritora, me encheu de interesse e curiosidade. O gosto já antigo pelo espírito *punk* de DIY e por projetos artísticos autorais e independentes me fez perceber mais um aspecto. Não era na televisão, não era nas grandes livrarias, nas grandes editoras, nos centros culturais da minha cidade que eu via tudo aquilo: essa movimentação toda acontecia fora do *mainstream*.

Foi assim que surgiu o interesse em desenvolver este trabalho. Quis estudar de onde vinha esse grande interesse pelas escritoras mulheres, como se formava, como o feminismo impulsionava aquilo e também por que é que o frescor dos acontecimentos estava fora dos grandes meios, nas editoras independentes.

Para isso, baseei minha pesquisa em dois eixos principais: as publicações independentes e o feminismo. Somente entendendo melhor estes dois eixos, cruzando-os com estudos sobre edição, é que poderia a seguir compreender como é que se relacionam e por que é que a edição de viés feminista acontece principalmente no meio independente. Concluí que é o caráter dissidente de ambos que os une. Ambos nadam contra a maré, relacionando-se de forma questionadora e inovadora com temas políticos e movimentos sociais (sendo o feminismo, ele mesmo, um movimento social). Quem faria pelo

feminismo e por aqueles que têm projetos artísticos menos convencionais se não eles mesmos? As entrevistas realizadas nos estudos de caso reforçam esta visão, uma vez que as líderes do *Mulheres que Escrevem* e da *Aliás* afirmam que é mais fácil editar mulheres no meio independente, embora as dificuldades permaneçam. Anna K. diz:

Esses dois públicos (feminismo e independente) já estão à margem, daí fica mais acessível haver esse encontro. Ao mesmo tempo, o cenário independente tem muitas subdivisões, é multifacetado, não dá para colocar tudo na mesma caixinha. Nesse cenário também há muitas contradições e resistência contra as pautas feministas, então é perigoso afirmar que é um "ambiente seguro" para títulos feministas.<sup>47</sup>

No início questioneei-me se as percepções que motivaram este trabalho não seriam apenas fruto da “bolha” onde eu estava inserida, afinal, os algoritmos das redes sociais criam verdadeiras ilhas de pensamento, onde só me é dado ver quem pensa igual a mim. No entanto, a pesquisa que desenvolvi me faz ver que o que eu via de fato existe. Há, no Brasil atual, um fazer editorial feminista que busca publicar textos de mulheres antes ignorados, sejam elas escritoras atuais e jovens ou escritoras de décadas e séculos atrás, e esse fazer editorial é feito essencialmente de forma independente.

Há ainda uma intensa rede de apoio que estimula a autoestima artística e a profissionalização das escritoras, além de iniciativas que buscam viabilizar a parte material do trabalho (revisão, diagramação, ilustração, etc., muitas vezes desenvolvidos de forma gratuita) para aquelas que não tem condições financeiras e que desejam fazer autopublicação. Vemos, Brasil afora, debates, oficinas, workshops, grupos de leitura, cursos, perfis em redes sociais, coletivos e uma infinidade de ações em torno da escrita de mulheres.

Daqui vem outra possível conclusão desta pesquisa: a movimentação em torno da edição e escrita de mulheres no Brasil hoje reveste-se de um caráter político. A intensa atuação coletiva, característica marcante do fenômeno analisado, é um dos dados que apontam para isso. Outro é o fato de que há um claro interesse em publicar cada vez mais escritoras negras, periféricas, LGBT, transsexuais, marginais – mulheres muitas vezes excluídas dentro do próprio movimento feminista. O mesmo pode ser dito do foco dado ao desenvolvimento profissional coletivo das mulheres, seja como editoras, seja como autoras. Vejo, portanto, um fenômeno do âmbito da edição, mas também um quê de

---

<sup>47</sup> Em entrevista cedida por e-mail em 03/06/2019.

movimento social em tudo isso. A quarta onda feminista serve de pano de fundo e, mais que isso, entrelaça-se em muitos níveis com o fenômeno que analiso.

A partir deste revestimento político e de movimento social, penso que essa edição feminista e independente traz questionamentos interessantes para o fazer editorial. Na literatura que consultei sobre edição<sup>48</sup>, notei a dicotomia dinheiro x cultura como centro das análises históricas e teórico-práticas a respeito do tema. A figura do editor é constantemente evocada nos termos de “homem duplo, à cavalo entre dois mundos, o da mercadoria e o do espírito” Mollier (2009, p.526). A pesquisa que empreendi, porém, aponta para além.

Em muitas das iniciativas analisadas e também nos estudos de caso, o dilema dinheiro x cultura parece quase superado. Parece-me que as mulheres que editam, dentro do recorte em análise, têm outras preocupações como foco: reparação histórica, construção de novos horizontes, transformação social e política. Certamente querem ganhar dinheiro e sem dúvidas querem produzir arte literária de altíssima qualidade; mas, para elas, o objetivo de transformação de estruturas socioculturais é igualmente urgente. “Cavalheiros, mercadores ou centauros?”, pergunta Medeiros (2009b, p.23) sobre os editores. As mulheres que editam de forma independente e feminista hoje no Brasil sinalizam a importância de analisar outros papéis para o editor. Talvez tenhamos que falar em damas e mercadoras. E em bruxas, alquimistas, Liliths, profetisas, sibilas. “Mulher é desdobrável”, já diria Adélia Prado, também com licença poética.

Como resultado da pesquisa empreendida, noto também que tanto o conceito de edição quanto o conceito de independente alargam-se, atualmente. Editar não é apenas fazer livros. Há tempos já não é, claro, mas a edição, hoje, transcende novos limites. Há muitos novos meios, que acarretam mudanças para quem edita. Como mencionado brevemente no estudo de caso do *Mulheres que Escrevem*, ao mudarmos a edição para o meio online, por exemplo, abrem-se as possibilidades de interação com o público, altera-se a velocidade e quantidade daquilo que pode ser publicado, é possível cruzar o texto com outras mídias, aumenta-se o potencial de alcance dos textos e das trocas em torno dele.

Há, também o desenvolvimento de publicações específicas para a web de caráter novíssimo, como a publicação de poesia no Instagram, com textos curtos e/ou adaptados

---

<sup>48</sup> Especialmente Jean-Yves Mollier e Nuno Medeiros, conforme obras listadas na bibliografia ao final do trabalho.

para a exibição neste meio. Com relação ao financiamento, o independente hoje não precisa mais contar apenas com o capital do próprio bolso. É possível apoiar-se em patronos online, financiamentos coletivos e outros meios de manutenção, viabilizados através da interatividade da internet e já utilizados com sucesso em diversos projetos, inclusive nas iniciativas analisadas nos estudos de caso.

É nesse meio de intensas novidades que reside o frescor da edição de mulheres feita por mulheres, de forma independente, no Brasil. Não que não existam iniciativas semelhantes em grupos não feministas. Mas, assim como no meio independente a fraqueza (escassez de recurso financeiros) transforma-se em fortaleza (oportunidade de ser mais livre e publicar com calma e melhor), para as escritoras mulheres um ponto fraco pode tornar-se um ponto forte. Somos desconsideradas, tidas como menores, menos respeitadas. Porém, ao fazer dessa condição de “o Outro” uma união, principalmente utilizando os novos meios à disposição, temos uma enorme força. Julia Klein (2018, posição 1500) analisando a poesia contemporânea feita por mulheres no Brasil e sua ligação com o feminismo, afirma: “É importante ressaltar que as estratégias políticas da poesia feita por mulheres hoje não estão confinadas no âmbito da produção individual, mas são potencializadas em iniciativas coletivas.”

Por fim, restam perguntas. Como fugir dos estereótipos, ao ser mulher e fazer edição de mulheres, com claro posicionamento feminista? Como não ser reduzida e virar literatura ou edição de nicho, sendo feminista e independente? Ser nicho é um problema? Continuar em uma espécie de “mundo à parte” é o que nós mulheres queremos ou merecemos? Por outro lado, como continuar batendo em portas que não se abrem ou manter a liberdade artística e política dentro de um mercado editorial tradicionalmente masculino, branco, elitista? São questões de difícil resolução.

Quando perguntadas sobre o que achavam sobre o termo “literatura feminina”, por exemplo, as entrevistadas no meu estudo de caso responderam de formas quase díspares. Anna K. Lima, da *Aliás*, foi categórica: “esse termo é reducionista e exclui as diversas formas de ser mulher, os múltiplos contextos, vivências e temáticas”<sup>49</sup>. Já Natasha Silva, do *Mulheres que Escrevem*, pondera, transparecendo questionamentos:

Essa é uma questão bem delicada para mim. Eu não gosto do termo, mas muitas vezes me vejo usando a expressão como forma de autoafirmação dentro desse

---

<sup>49</sup> Em entrevista cedida por e-mail em 03/06/2019.

mercado tão hostil, branco e masculino. No entanto, realmente acho que não é muito útil aceitar a existência de uma literatura de mulher porque a grande maioria das pessoas ainda associa essa expressão a uma literatura supostamente delicada e romântica e, definitivamente, de menor qualidade. Na minha opinião, a grande vantagem de admitir que existe uma literatura de mulher/feminina reside no fato de que as mulheres conseguem escrever personagens femininos de maneira que muitos escritores homens jamais conseguirão fazer, simplesmente por falta de conhecimento sobre o universo feminino. Ou seja, seria um reconhecimento da nossa capacidade de contar nossas próprias histórias. Mas não acredito que estamos no momento de dar a volta nesse conceito, por isso o termo ainda me incomoda e prefiro evitar usá-lo.<sup>50</sup>

Talvez no processo de ser mulher, feminista e editar de forma independente haja mais perguntas do que respostas. Mas ficar parada não é uma opção. Por isso, escrevemos, editamos, buscamos caminhos. Grada Kilomba (2019, p.24), falando sobre racismo, racismo de gênero e resistência, expõe sobre a importância de apropriar-se das narrativas e de usar a escrita como ato político:

bell hooks usa estes dois conceitos de “*sujeito*” e “*objecto*”, defendendo que os *sujeitos* são quem, só eles, “têm o direito de estabelecer suas próprias identidades, de nomear a sua história” (1989:42). Como *objectos*, contudo, a nossa realidade é definida por outras/os, e a nossa “história é nomeada somente de maneiras que definem a [nossa] relação com aqueles que são sujeitos” (hooks, 1989:42). Esta passagem da condição de *objecto* a *sujeito* é o que marca a escrita como acto político.

Acredito que a perspectiva de Kilomba pode ser adotada também para o objeto que estudo. Desenvolver ações que nos possibilitem sermos sujeitos é essencial e é isso que as mulheres editoras e escritoras independentes fazem hoje, no Brasil.

Para finalizar, numa modesta tentativa de contribuir para acharmos respostas a tantas perguntas, trago uma reflexão de Mary Beard (2018, p. 86). Ao analisar a questão do poder e de como ao longo dos séculos ele tem sido negado às mulheres e classificado comum atributo essencialmente masculino e, a autora conclui:

You cannot easily fit women into a structure that is already coded as male; you have to change the structure. That means thinking about power differently. It means decoupling it from public prestige. It means thinking collaboratively, about the

---

<sup>50</sup> Em entrevista cedida por e-mail em 05/06/2019.

power of followers not just the leaders. It means, above all, thinking about power as an attribute or even a verb (“to power”), not as a possession. What I have in mind is the ability to make a difference in the world, and the right to be taken seriously, together as much as individually. It is power in that sense that many women feel they don’t have – and that they want.

Em outras palavras, talvez as respostas estejam na mudança de estruturas. Nem se fechar em nicho editorial nem se deixar moldar pelo grande mercado editorial, mas sim desenvolver novos e múltiplos caminhos e possibilidades para a edição. Ou, repetindo Anna K.: “precisamos [...] reescrever e reinventar novos parâmetros. [...] Precisamos estar em todos os lugares possíveis, seja entrando com o pé na porta ou levantando novos tijolos”.



## Bibliografia

Atton, C. (2002). *Alternative media*. Sage Publications, London.

Baughman, J. (2015). "A Necessary Relation": Protest and American Print Culture. Em: J. Baughman, J. Danky e J. Ratner-Rosenhagen (eds.), *Protest on the Page: Essays on Print and the Culture of Dissent since 1865*. University of Wisconsin Press. Kindle Edition.

Beard, M. (2017). *Women & Power: A manifesto*. Profile Books. Kindle Edition.

Bilge, S. (2009). Théorisations féministes de l'intersectionnalité. *Diogene*, 1, 225: 70-88.

Borges, M. e Quintela, P. (2005). Livros, fanzines e outras publicações independentes. Um percurso pela "cena" do Porto. *Cidades, Comunidades e Territórios*, 31: 11-31. Obtido de [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2182-30302015000200004](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-30302015000200004)

Costa, C. (2018). Rede. Em: H. B. de Hollanda (ed.), *Explosão Feminista*. Companhia das Letras. Edição Kindle.

Couldry, N e Curran, J. (2003). *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*. Rowman & Littlefield Publishers. Kindle Edition.

Dalcastagnè, R. (2005). A personagem do romance brasileiro contemporâneo: 1990-2004). *Estudos De Literatura Brasileira Contemporânea*, 26: 13-71. Obtido de <https://periodicos.unb.br/index.php/estudos/article/view/9077>

Darnton, R. (2010) *A questão dos livros: passado, presente e futuro*. Companhia das Letras. Edição Kindle.

De Beauvoir, S. (2016). *O Segundo Sexo*. Nova Fronteira. Rio de Janeiro.

De Hollanda, H. (2018). Introdução: O Grifo é Meu. Em: H. B. de Hollanda (ed.), *Explosão Feminista* (org. Heloísa Buarque de Hollanda). Companhia das Letras. Edição Kindle.

De Oliveira, V. (2018). O mulherio das letras. *Revista de Letras Norte@mentos. Dossiê: "Incrocí: Itália e Brasil em diálogo – Cruzamentos: Itália e Brasil em diálogo"*. v. 11, 25: 47-61. Obtido de <http://sinop.unemat.br/projetos/revista/index.php/norteamentos/article/view/3252/2335>

Dowmunt, T. (2007). Introduction. Em: K. Coyer, T. Dowmunt e A. Fountain (eds.), *The Alternative Media Handbook*. Routledge. Oxon.

Downing, J. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Sage Publications. Kindle Edition.

Duarte, C. (2019), *Feminismo: uma história a ser contada*. Em: H. B. de Hollanda (ed.), *Pensamento Feminista Brasileiro: formação e contexto*. Bazar do Tempo. Edição Kindle.

Duncombe, S. (2014). *Notes from the underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*. Microcosm Publishing. Kindle Edition.

Federici, S. (2017). *Calibã e a bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva*. Elefante. São Paulo.

Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, 25/26: 56-80. Obtido de <http://www.jstor.org/stable/466240>

Freedman, E. (2007). *No Turning Back: The History of Feminism And The Future of Women*. Balantine Books. Kindle Edition.

Fuchs, C. (2010). Alternative Media as Critical Media. *European Journal of Social Theory*, 13(2): 173-192.

Goffman, Ken e Joy, D. (2007). *Counterculture Through the Ages: from Abraham to acid house*. Villard. Kindle Edition.

Hebdige, D. (1979). *Subculture: The meaning of style*. Routledge. Kindle Edition.

Jeppesen, S. (2016). Understanding Alternative Media Power: Mapping Content & Practice to Theory, Ideology, and Political Action. *Democratic Communiqué*, 27: 54–77.

Kilomba, G. (2019). *Memórias da Plantação: Episódios de Racismo Quotidiano*. Orfeu Negro. Lisboa.

Klein, J. (2018). Na poesia. Em: H. B. de Hollanda (ed.), *Explosão Feminista*. Companhia das Letras. Edição Kindle.

Latham, J. (2015). Off/ On Our Backs: The feminist press in the “Sex Wars” of the 1980’s Em: J. Baughman, J. Danky e J. Ratner-Rosenhagen (eds.), *Protest on the Page: Essays on Print and the Culture of Dissent since 1865*. University of Winsconsin Press. Kindle Edition.

Lievrouw, L. (2011). *Alternative and activist new media: Digital media and society series*. Polity Press. Cambridge.

Medeiros, N. (2010). *Edição e editores: o mundo do livro em Portugal, 1940-1970*. Imprensa de Ciências Sociais. Lisboa.

Medeiros, N. (2009a). Acções prescritivas e estratégicas: S edição como espaço social. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 85: 131-146.

Medeiros, N. (2009b). Cavalheiros, mercadores ou centauros? Traços da actividade e sentido de si dos editores. Em: *Comunidades de leitura: cinco estudos de sociologia da cultura*. Edições Colibri. Lisboa.

Mollier, J-Y. (2009). A história do livro e da edição: um observatório privilegiado do mundo mental dos homens do século XVIII ao século XX. *Varia História*, Belo Horizonte, 25, nº 42: 521-537. Obtido de <https://doi.org/10.1590/S0104-87752009000200008>

Mollier, J-Y. (2011). O dinheiro e as letras, um comércio delicado. *Escritos. Revista da Fundação Casa de Rui Barbosa*, 5: 23-40. Obtido de <http://escritos.rb.gov.br/numero05/sumario05.php>

Parker, G. (2012, Dezembro 3). Small Presses. Obtido de <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/small-presses>

Piepmeyer, A. (2009). *Girl zines. Making Media, Doing Feminism*. New York University Press. Kindle Edition.

QG Feminista. (2018, Março 8). O que são as ondas do feminismo? Obtido de <https://medium.com/qg-feminista/o-que-s%C3%A3o-as-ondas-do-feminismo-eeed092dae3a>

Rosaldo, M. (1974). *Women, Culture and Society: A Theoretical Overview*. Stanford University Press. Palo Alto.

Suarez, M. e Woundhuysen, R. (2013). *The book: a global history*. Oxford University Press. Kindle Edition.

Sullivan, K. Complete Guide to Small Press Publishing: The Good, The Bad, and The Ugly of Small Presses for Writer. Obtido de <https://www.tckpublishing.com/complete-guide-to-small-press-publishing-for-writers>